

JANUAR 2015

DETAILHANDELSANALYSE KOLDING KOMMUNE RAPPORT



COWI



INDHOLD

- 5 SAMMENFATNING
- 16 RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD
- 20 BUTIKSANALYSE
- 48 FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV
- 54 OPLANDSANALYSE
- 64 UDFORDRINGER OG ANBEFALINGER
- 68 ORDFORKLARING
- 70 BRANCHEFORTEGNELSE



946
fotex

fot

POST

ALLE DAGE
8-21

BRØDENE
7,00

SAMMENFATNING

Der er gennemført analyser af detailhandlen i Kolding Kommune i 2007 og i 2014. Kolding Kommune fastholder stort set sin markedsandel et faldende marked. Både storcentret og bymidten er udfordret af udviklingen i større handelsbyer som Vejle og Odense. Samlet set har udviklingen i Kolding været kendetegnet ved en betydelig tilbagegang i bymidten, et fortsat stærkt Kolding Storcenter og en øget decentralisering af særligt dagligvarehandlen. Derudover har perioden været kendetegnet ved en strukturudvikling mod færre men større butikker.

Omsætningsudviklingen dækker over en styrket dagligvarehandel, en svækket handel med tøj og sko samt en styrket handel med øvrige udvalgsvarer. Det skal ses i sammenhæng med befolkningsudviklingen og en øget decentralisering af dagligvarehandlen. Vamdrup og Christiansfeld har stadig egen udvalgsvarehandel, og stort set alle byer i kommunen har egen dagligvareforsyning.

Afstanden til konkurrenterne, mange kendte kædebutikker, befolkningsudviklingen, mange indpendlere og mange turister er nogle af årsagerne til, at detailhandlen i Kolding har klaret sig bedre end landsgennemsnittet i perioden 2007-2014.

I de kommende år vil detailhandlen i Kolding være udfordret af den stigende internethandel, udviklingen af butikcentre i Odense og Esbjerg og et fortsat lavt privatforbrug. På den anden side betyder befolkningstilvæksten, storcentrets regionale betydning og den stærke detailhandel generelt, at Kolding Kommune har gode forudsætninger for udvikling af detailhandlen. Det kræver en aktiv fysisk planlægning og et tæt samarbejde mellem handelslivets parter.

INDLEDNING

Kolding Kommune igangsatte i sommeren 2014 en analyse af detailhandlen. Analysen omfatter en opdateret kortlægning af butikkerne i kommunen og en oplands- og forbrugeranalyse. Resultaterne af butiksanalysen er, sammenlignet med detailhandelsanalysen fra 2007. Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens største byer, som et vigtigt input til kommuneplanen og den fremtidige detailhandelsplanlægning.

Analysen danner desuden grundlag for vurderinger af det fremtidige arealbehov. Vurderingen indeholder to scenarier for forbrugsudviklingen, der angiver spændet i forventningerne til arealbehovet i 2026, når der tages hensyn til befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, øget internethandel og handelsbalancen over for nabokommunerne. Forbruget omregnes herefter til et gennemsnitligt arealbehov til butiksudvikling i perioden 2014-2026.

DETAILHANDLEN I KOLDING KOMMUNE UNDER ÉT

Detailhandlen i Kolding Kommune består af ca. 455 butikker, heraf ligger ca. 85 % i Kolding, ca. 5 % i Vamdrup, ca. 5 % i Christiansfeld og ca. 5 % i de øvrige dele af Kolding Kommune. På landsplan har strukturudviklingen i kombination med den økonomiske krise medført en betydelig nedgang i butiksbestanden og skabt flere tomme lokaler eller butikslokaler, der er overgået til andre formål. I Kolding Kommune er der registreret ca. 70 færre butikker end i 2007 svarende til en samlet reduktion på 14 %. Der er ca. 20 færre dagligvarebutikker, svarende til en reduktion på 14 %. Antallet af beklædningsbutikker er faldet med ca. 35 siden 2007 svarende til en reduktion på 28 %. Antallet af øvrige udvalgvarebutikker er reduceret med ca. 50 svarende til 21 %. Udviklingen i antallet af butikker i Kolding svarer i store træk til udviklingen på landsplan. Udviklingen i antallet af butikker kan umiddelbart synes som en markant tilbagegang i detailhandlen i Kolding, men udviklingen skal ses i sammenhæng med udviklingen i butiksarealet, omsætningen og dækningsgraden.

Der er registreret 4 tomme lokaler i Kolding bymidte. Mange af de tidligere butikker er sandsynligvis overgået til andre funktioner, slået sammen med andre lokaler eller overgået til boliger. I efteråret 2014 er der registreret ca. 180 andre bylivsfunktioner i bymidten end butikker. Ca. 125 enheder svarende til ca. 70 % af funktionerne tilhører restaurationsbranchen og personlig pleje. Samlet set er det kendetegnende for Kolding, at butikker, personlig pleje og andre byfunktioner ligger delvist blandet i de centrale handeleggader, men at koncentrationen af andre bylivsfunktioner end butikker er størst ved overgangen mellem gågademiljøet og det overordnede vejnet. Med i alt ca. 300 butiks- og bylivsfunktioner har bymidten i Kolding et godt udbud af bylivsfunktioner.

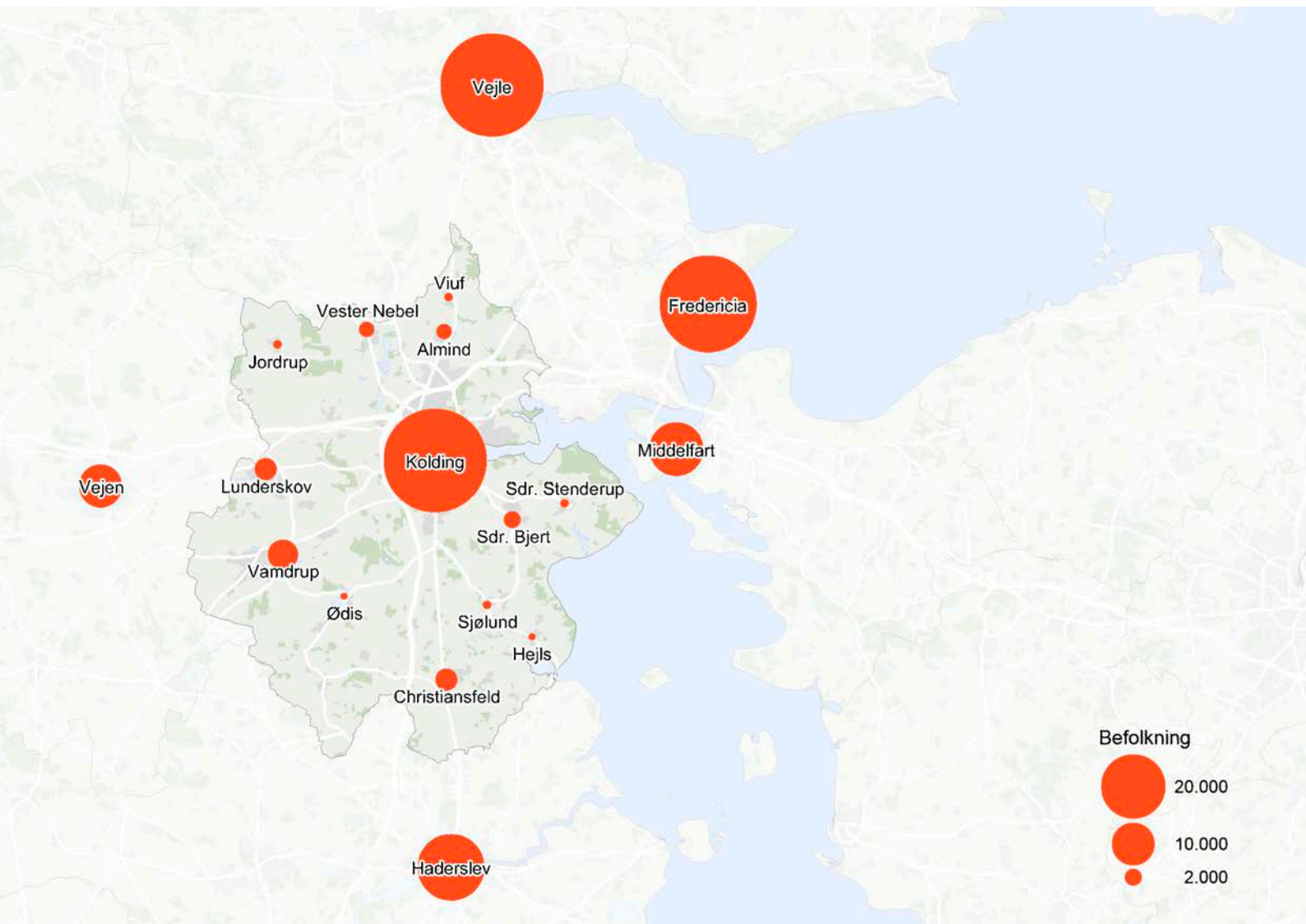
Butiksarealet i Kolding Kommune er opgjort til et niveau, der er ca. 26.000 m² større end i 2007. Ændringen skal delvist ses i sammenhæng med en opjustering af arealet i flere dagligvarebutikker, hvor flere arealer som kælder mv. også indgår i bruttoetagearealet, der er opgjort i BBR. En direkte sammenligning med 2007 viser en stigning i arealet på ca. 13.000 m². Det svarer til en stigning i arealet på 5 %. Stigningen i arealet skyldes etableringen af flere nye store butikker som Føtex, Netto, Lidl, Fakta, Bygma, Jem&Fix, Daels Bolighus m.fl. De fleste af de lukkede butikker er typisk mindre, selvstændige butikker, hvor de nye butikker typisk er store butikker, der er med i et kædesamarbejde.

Omsætningen i butikkerne i Kolding Kommune er i 2013 registreret til ca. 5,1 mia. kr. fordelt stort set ligeligt på ca. 50 % til dagligvarer og ca. 50 % på udvalgsvarer. Borgerne i Kolding Kommune havde i 2013 et samlet forbrug i de fysiske butikker (ekskl. nethandlen) på ca. 4,0 mia. kr. fordelt med knap 60 % til dagligvarer godt 40 % til udvalgsvarer. Omsætningen er faldet med ca. 230 mio. kr. i perioden 2006-2013 svarende til en reduktion på ca. 4 %. På landsplan har faldet i omsætningen været på i størrelsesordenen 10 % i samme periode. Detailhandlen i Kolding Kommune har således klaret sig bedre igennem lavkonjunkturen end landsgennemsnittet.

Handelsoverskuddet på ca. 1,1 mia. kr. svarer til det samlede årlige forbrug for ca. 25.000 indbyggere. Overskuddet svarer også til, at omsætningen i butikkerne er næsten 30 % højere end forbruget blandt indbyggerne i Kolding Kommune. Handelsbalancen kan også beskrives som forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug (dækningsgraden). Dækningsgraden i Kolding Kommune er under ét beregnet til 128. Både den samlede dækningsgrad samt dækningsgraderne opdelt på brancher er stort set på niveau med analysen fra 2007, hvor den blev beregnet til 132. Kolding Kommune har således stort set fastholdt markedsandelene i den regionale konkurrence. Dækningsgraden for dagligvarehandlen er beregnet til 110 svarende til et handelsoverskud på i størrelsesordenen 220 mio. kr. Det er hovedsageligt Bilkas attraktion i oplandet og den daglige nettoindpending, der kan tilskrives overskuddet på dagligvarer. For tøj og sko er dækningsgraden beregnet til 149 svarende til et handelsoverskud i 2013 på i størrelsesordenen 240 mio. kr. De fleste andre kommuner har et underskud på handelsbalancen for tøj og sko. Kolding har to handelscentre med en stor andel af tøj og sko. Kolding Storcenters ca. 50 tøj- og skobutikker er en stor attraktion for borgerne i Syddanmark. Kolding bymidtes ca. 40 beklædningsbutikker dækker også et bredt udbud. For handlen med øvrige udvalgsvarer som hårde hvidevarer, bøger, elektronik mv. er dækningsgraden beregnet til 153. Handelsunderskuddet var på i størrelsesordenen 630 mio. kr. i 2013, hvilket skal ses i sammenhæng med både de mange store regionale butikker som Elgiganten, Toys'R'Us, Bauhaus, ILVA m.fl. samt de mange mindre udvalgsvarerbutikker i særligt Kolding Storcenter og Kolding bymidte. Det betydelige handelsoverskud for udvalgsvarehandlen viser, at Kolding har en betydningsfuld rolle som et regionalt handelscenter.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2013. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at det påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning





og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, så ville dækningsgraden være lavere. I 2006-2007 var internethandlen på et forholdsvist beskedent niveau sammenlignet med i dag. I perioden 2006-2014 er den årlige omsætning i internethandlen steget fra ca. 20 mia. kr. til ca. 75 mia. kr.

I de øvrige dele af Kolding Kommune har der været en generel tilbagegang i detailhandlens omsætning siden 2007. Vamdrup og Christiansfeld er de største byer uden for Kolding og er de eneste byer uden for Kolding, der har en decideret udvalgsvarerhandel. Byerne uden for Kolding har generelt en god dagligvareforsyning. I Vester Nebel, Almind, Jordrup, Sjølund og Hejls er den største dagligvarebutik den lokale brugs. I Bjert ligger der en Rema 1000 som den største butik. Med ca. 500 indbyggere er Sjølund og Hejls de mindste byer i kommunen med lokal dagligvareforsyning. I mange andre af landets kommuner er den sidste dagligvarebutik lukket i byer på op til 1.000 indbyggere. De øvrige byer med egen dagligvareforsyning har alle over 1.500 indbyggere.

Befolkningens udviklingen i Kolding Kommune viser, at der er ca. 3.700 flere indbyggere i 2014 end i 2006 svarende til en vækst på ca. 4 % i perioden. Befolkningens udviklingen svarer til, at forbrugsgrundlaget i de fysiske butikker er steget med i størrelsesordenen 160 mio. kr. i forhold til 2006. Ifølge Kolding

UDVIKLINGEN 2006-2014 - EN MERE DECENTRAL DETAILHANDEL

- › Detailhandlen i bymidten reduceret med i størrelsesordenen 250 mio. kr. eller ca. 25 %.
- › Den nordlige bydel med Kolding Storcenter og de store udvalgsvarerbutikker er reduceret med i størrelsesordenen 200 mio. kr. eller ca. 8 %.
- › De øvrige dele af Kolding er vokset med i størrelsesordenen 230 mio. kr. eller ca. 15 %.

Kommunes befolkningsprognose for 2014-2026 forventes indbyggertallet at stige med yderligere ca. 8.000 personer frem mod 2026. Det svarer til en fremgang på ca. 9 % i forhold til 2014. Samtidig forventes der større aldersforskydninger i forhold til den nuværende befolknings sammensætning. Der vil især være en stigning i antallet af ældre på mere end 65 år. Stigningen i antallet af ældre svarer til den samlede stigning for alle andre befolkningsgrupper tilsammen. Samlet set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugsgrundlag, der er i størrelsesordenen 350 mio. kr. større i 2026, end det er i dag (2013-priser).

DETAILHANDLEN I BYERNE I KOLDING KOMMUNE

Detailhandlen i byerne i Kolding Kommune kan opdeles i hovedbyen Kolding, de større centerbyer, Vamdrup, Christiansfeld og Lunderskov, samt de mindre lokalbyer som Hejls, Søndre Stenderup, Vester Nebel m.fl.

Stort set alle områder i Kolding Kommune har Kolding som nærmeste større handelsby. Vamdrup og Lunderskov har stort set lige langt til Vejen som til Kolding, og Christiansfeld har stort set lige så langt til Haderslev som til Kolding. På den anden side har store dele af Fredericia Kommune under ca. 15 km til Kolding Storcenter. Vejle er den nærmeste store handelsby, der kan sammenlignes med Kolding, og der er ca. 70 km til Odense som er den nærmeste større handelsby med et større udbud end Kolding. Afstandene til øvrige konkurrerende handelsbyer og det betydelige opland omkring Kolding Kommune afspejler sig i detailhandlen. Kolding står stærkt i den regionale konkurrence, og Kolding Storcenter spiller en vigtig rolle for Koldings attraktion som handelsby i det større regionale opland. Byer som Vamdrup og Christiansfeld har både supermarked, discountbutik og få lokale udvalgswarebutikker, mens detailhandlen i Lunderskov og de øvrige byer stort set kun består af lokale dagligvarebutikker.

Detailhandlen i Kolding Kommune er kendetegnet ved Kolding by som det absolut største udbudspunkt. Bymidstens udvalgswarebutikker er suppleret med ca. 100 butikker i Kolding Storcenter foruden en række store udvalgswarebutikker omkring storcentret.

Kolding har ca. 58.000 indbyggere og er Danmarks syvende største by målt på antal indbyggere. Byen er naturligt hovedcenter for kommunens detailhandel. Det afspejler sig ved, at Kolding rummer ca. 65 % af indbyggerne og omkring 85 % af



samtligte butikker. Kolding har ca. 90 % af det samlede butiksareal og ca. 90 % af den samlede omsætning. Udvalgswarebutikkerne i Kolding står for hele 98 % af omsætningen i udvalgswarehandlen i hele kommunen. Detailhandlen i Kolding bymidte er kendetegnet ved det historiske bymiljø og gågaderne, der strækker sig fra Jernbanegade i nord til Søndergade i syd. Tilsammen har bymidten ca. 125 butikker, der tilsammen omsatte for ca. 700 mio. kr. i 2013. Bymidten er suppleret med butiksområdet ved Kolding Storcenter, der løbende er blevet udviklet med flere nye store butikker. I dag er området ved Kolding Storcenter et af Jyllands største butiksområder og rummer bl.a. Bilka, Jysk, Elgiganten, Harald Nyborg, Toys'R'Us m.fl. Tilsammen har butikkerne i den nordlige bydel ved Kolding Storcenter et samlet areal på 80.000 m² og en årlig omsætning på godt 2 mia. kr. Til sammenligning svarer det stort set til den samlede årlige omsætning i hele Fredericia Kommune. Butikkerne ved Kolding Storcenter vurderes at løfte attraktiviteten af Kolding som handelsby og er en afgørende faktor for Kolding Kommunes detailhandelsmæssige styrke.

Udbygningen af Kolding Storcenter, et faldende privatforbrug, en stigende internethandel og et stigende indbyggertal har medført en betydelig omstrukturering af detailhandlen i Kolding med mange interne flytninger, lukninger og nye butikker. Styrkeforholdet i Koldings detailhandel har ændret sig siden 2007.

I 2006 udgjorde den centrale bydel ca. 18 % af den samlede omsætning i kommunen. I 2013 var omsætningen i den centrale bydel faldet med ca. 230 mio. kr. i forhold til 2006 svarende til en reduktion på knap ca. 25 %. I 2013 udgjorde den centrale bydel 15 % af den samlede omsætning i kommunen. Antallet af butikker i den centrale bydel er faldet med ca. 45 siden sidste analyse i 2007 svarende til en reduktion på ca. 25 %.

Den nordlige bydel med bl.a. Kolding Storcenter og de store udvalgswarebutikker udgjorde i 2006 ca. 43 % af den samlede omsætning. I 2013 var andelen faldet til ca. 41 %. Antallet af butikker i området har stort set ikke udviklet sig i perioden, men omsætningen er generelt faldet med ca. 200 mio. kr. svarende til et fald på ca. 8 %.

På den anden side er de øvrige dele af Kolding vokset i detailhandelsmæssig forstand. Det er særligt de mange nye dagligvarebutikker, herunder særligt Føtex i Vonsild og mange nye decentralt placeret discountbutikker, der er med til at trække omsætningen op i de øvrige dele af Kolding. Omsætningen i den øvrige del af Kolding er steget med i størrelsesordenen 230 mio. kr. svarende til ca. 15 % i perioden 2006-2013. Andelen af omsætningen i de øvrige dele af Kolding har udviklet sig fra ca. 28 % i 2006 til ca. 34 % i 2013. Udviklingen i den øvrige del af Kolding by skal ses i sammenhæng med udviklingen af nye bydele med mange nye borgere. Udviklingen af bydelene omkring Kolding forventes at fortsætte de næste mange år. Eksempelvis forventes der i befolkningsprognosen for Kolding Kommune, at befolkningen i Vonsild at stige med yderligere ca. 1.500 personer frem mod 2026 svarende til en stigning på knap 60 %. I den sydøstlige del af Kolding ved Brandkær og Dalby forventes indbyggertallet at stige med ca. 1.400 personer svarende til en stigning på knap 20 % frem mod 2016.

Samlet set har udviklingen i Kolding siden sidste detailhandelsanalyse fra 2007 været kendetegnet ved en betydelig tilbagegang i bymidten, et fortsat stærkt Kolding Storcenter og en øget decentralisering af særligt dagligvarehandlen.

Vamdrup (ca. 5.000 indbyggere) er den næststørste by i Kolding Kommune og rummer ca. 6 % af befolkningen og ca. 4 % af omsætningen. Vamdrup har ca. 20 butikker med en samlet omsætning på ca. 200 mio. kr. i 2013. Der er ca. 10 færre butikker end i 2007, og omsætningen er reduceret med ca. 40 mio. kr. Vamdrup har et godt dagligvareudbud med ABC Lavpris, Super Brugsen og Fakta samt flere udvalgswarebutikker som Expert, Sportigan, optiker, tøjbutikker mv. Borgerne i Vamdrup har kun ca. 10 km til Kolding og Vejen. Afstanden til Kolding og Vejen samt det snævre opland indikerer, at Vamdrups detailhandel har et niveau, der er tilpasset byens størrelse. Vamdrup-borgernes årlige forbrug i de fysiske butikker er i størrelsesordenen 220 mio. kr., og der er således stort set balance mellem borgernes forbrug og butikkernes omsætning. Omsætningen i Vamdrup udgøres af ca. 75 % til dagligvarer og ca. 25 % til udvalgsvarer. Fordelingen indikerer, at der er en overvægt af dagligvarehandel og et underskud på handlen med udvalgsvarer.

Byens handelscentrum er ved Torvet, hvor de centrale gader mødes. De to dagligvareområder ligger på hver sin side af jernbanen og betragtes reelt som to forskellige handelsområder. Udvalgswarebutikkerne ligger på en strækning på ca. 350 m langs Østergade samt i området omkring Torvet og Nørregade. En koncentration af udvalgswarebutikkerne og de øvrige funktioner nær den store rundkørsel ved Torvet, Nørregade og de store dagligvarebutikker vil kunne understøtte både dagligvare- og udvalgsvarehandlen i Vamdrup. Dagligvareklyngen ved Nørregade ligger også nær stationen. Vamdrup er et populært bosætningsområde. Frem mod 2026 forventes der at komme ca. 600 flere borgere til Vamdrup og omegn. Det giver i sig selv et øget forbrugsgrundlag på i størrelsesordenen 25 mio. kr. pr. år.

Christiansfeld (ca. 2.900 indbyggere) ligger i den sydlige del af Kolding Kommune og har ca. 3 % af indbyggerne i kommunen og ca. 4 % af omsætningen. Siden 2007 er der lukket ca. 10 butikker, og omsætningen er reduceret med ca. 30 mio. kr. Fra Christiansfeld er der ca. 10-20 min. kørsel til både Kolding og Haderslev.



Christiansfeld har et opland med i alt bor ca. 8.000 personer, hvilket er på niveau med det samlede opland omkring Vamdrup. Detailhandlen i Christiansfeld er på niveau med Vamdrup og består af Super Best, tre discountbutikker foruden få mindre dagligvare- og udvalgswarebutikker. Afstanden til større handelsbyer og oplandet omkring Christiansfeld betyder, at der er et godt grundlag for detailhandlen i byen. De fleste dagligvarebutikker i Christiansfeld ligger langs en strækning på ca. 800 m langs Lindegade. Udvalgswarebutikkerne ligger hovedsageligt på Kongensgade, der er vinkelret på Lindegade. Afstanden på ca. 800 m fra Fakta i øst til Super Best og udvalgswarebutikkerne i vest betyder, at kunderne typisk tager bilen, hvis der skal handles i både dagligvare- og udvalgswarebutikker på samme tur. Byens centrale torv, Prætoriestorvet, er et hyggeligt område med historisk miljø, caféliv og er bl.a. centrum for den årlige vinfestival i Christiansfeld. En større koncentration af detailhandlen og andre funktioner omkring Prætoriestorvet vil give byen et yderligere løft. Samlokalisering af mange forskellige funktioner betyder, at de forskellige funktioner kan nyde godt af det samlede kundeflow i området. En spredning med udvalgsvarer langs Lindevej vil på den anden side betyde, at butikkerne og de andre servicefunktioner i byen ikke får gavn af hinandens kundeflow.

Lunderskov (ca. 3.000 indbyggere) er Kolding Kommunes fjerdestørste handelsby. Byen har ca. 3 % af den samlede befolkning i kommunen og ca. 2 % af den samlede omsætning. Ligesom Vamdrup ligger Lunderskov midt mellem Kolding og Vejen og har kun ca. 10 km til de to byer. Lunderskops detailhandel er svagere end Vamdrups, og byen har ikke et selvstændigt opland, hvor byen er dominerende. Byen fungerer som forstad til Kolding. Belliggenheden afspejles i butiksudbuddet, der er begrænset til ca. 5 dagligvarebutikker. Boligområderne og butikkerne ligger spredt. Den største koncentration af butikker og andre servicefunktioner ligger centralt i Lunderskov ved Storegade, torvet og stationen. Her ligger Super Brugsen, apoteket, bageren mv. De få øvrige butikker ligger spredt i byen. Kiwi er eksempelvis den største butik i den nordlige bydel, Kongsbjerg. Detailhandlen i Lunderskov er stort set på niveau med 2007.

I de mindre lokalbyer er der dagligvareforsyning til områdets borgere, mens udvalgswarehandlen i de mindre byer er meget begrænset.

INTERVIEWUNDERSØGELSE AF FORBRUGERNE I KOLDING KOMMUNE

Analysen af borgernes indkøbsmønstre underbygger detailhandelsanalysens resultater og belyser flere andre perspektiver på detailhandlen i Kolding Kommune.

Eksempelvis svarer borgerne, at bymidten i overvejende grad benyttes til indkøb af beklædning og øvrige udvalgsvarer, mens dagligvarekøb i højere grad sker uden for bymidten. Undersøgelsen viser også, at der er en god lokal opbakning til de lokale dagligvarebutikker i de mindre byer.

Indkøb af beklædning og øvrige udvalgsvarer sker stort set kun i Kolding, og forbruget er jævnt fordelt mellem bymidten og byen i øvrigt. For Kolding by i øvrigt udgør Kolding Storcenter det væsentligste bidrag. Beboere bosat uden for Kolding by benytter bymidten mindre end beboere bosat i byen. Borgerne i Kolding angiver, at de bruger gennemsnitligt lige mange penge på udvalgsvarer i bymidten som i Kolding Storcenter. Udvalgsvareomsætningen ved Kolding

Storcenter er omkring 3 gange så høj som i bymidten. Det vidner om, at bymidten primært benyttes som indkøbssted af borgere i Kolding, mens storcenterområdet har en betydelig oplandseffekt.

Det vigtigste formål med turen til Kolding bymidte er shopping. Det mest afgørende for valget eller fravalget af bymidten er afstanden. De fleste af de adspurgte foretager deres dagligvarehandel nærmest bopælen, mens det gode bymiljø er afgørende for at vælge Kolding bymidte som handelssted. Frekvensen af turene til bymidten er tydeligt betinget af bopælen. Beboere bosat i byen handler i bymidten med en høj frekvens (flere gange om ugen), mens beboere bosat uden for byen handler i bymidten med klart lavere frekvens (højest én gang om måneden). Flere boliger nær bymidten og udviklingen af et attraktivt bymiljø er derfor faktorer, der kan understøtte detailhandlen i bymidten.

For handel i Kolding Storcenter er der til gengæld en mere jævn frekvens mellem beboere bosat i og uden for Kolding by. Frekvensen for begge grupper er stabil med omkring 1-4 besøg om måneden.

Interviewundersøgelsen understøtter tendensen om, at internethandlen er markant for udvalgsvarer men stadig på et lavt niveau for dagligvarer. Borgerne i Kolding Kommune svarer, at deres dagligvareindkøb stort set ikke finder sted på nettet. Til gengæld køber næsten 50 % af alle adspurgte beklædning og øvrige udvalgsvarer på nettet i større eller mindre omfang.

AREALBEHOV

Forbrugerne har siden starten på finanskrisen ændret adfærd og er blevet mere tilbageholdende og har øget handlen på internettet. På den anden side oplever Kolding Kommune en befolkningsfremgang, hvilket afspejler sig i et stigende forbrugspotentiale. Der er udarbejdet to scenarier for arealbehovet i Kolding Kommune i perioden 2014-2026. Arealbehovet er et udtryk for behovet for opført butiksareal. I begge scenarier for arealbehovet er der taget udgangspunkt i, at arealintensiteten i butikkerne (årlig omsætning pr. m²) bliver på det nuværende niveau, og at indbyggertallet i Kolding Kommune stiger med ca. 8.000 personer frem mod 2026.

Udviklingen i forbrug og internethandel har stor betydning for behovet for butiksareal i Kolding Kommune de kommende 12 år. Hvis udviklingen frem mod 2026 fortsætter med de nuværende konjunkturer og fortsat høj vækst i internethandlen svarer det til, at omsætningen i butikkerne i Kolding Kommune kan klares på et areal, der er stort set lige så stort som i dag. Hvis konjunkturerne vender og i 2026 er tilbage på et niveau, der svarer til 2007, og væksten i internethandlen bliver mindre, er der behov for yderligere ca. 48.000 m² butiksareal.

Omregnet til et gennemsnitligt scenario er der behov for ca. 7.500 m² til dagligvarebutikker. Der er allerede planlagt for Super Brugsen og Fakta ved Vestre Ringgade, der tilsammen åbner ca. 2.500 m² dagligvarehandel i december 2014. Hvis konjunkturerne og internethandlen udvikler sig nogenlunde gennemsnitligt mellem maksimums- og minimumsscenarioet er der således behov for yderligere ca. 5.000 m² til nye dagligvarebutikker i Kolding Kommune i perioden 2014-2026. I minimumsscenarioet er der behov for ca. 2.500 m² yderligere udover det nye butiksprojekt med Super Brugsen og Fakta, og i maksimumsscenarioet er der behov for ca. 7.500 m² yderligere frem mod 2026. Behovet for nye dagligvarebutikker skal særligt ses i sammenhæng med befolkningstilgangen i Kolding Kommune.

Det gennemsnitlige scenario viser et behov for ca. 4.500 m² til beklædningsbutikker. I minimumsscenarioet er der stort set ikke behov for nyt areal til tøj- og skobutikker, fordi forbruget fortsat antages at være på et lavt niveau samtidig med, at internethandlen med tøj og sko stiger kraftigt. I maksimumsscenarioet er der derimod behov for op mod 10.000 m² til nye beklædningsbutikker i Kolding Kommune. Beklædningsbranchen har været den hårdest ramte detailbranche siden

finanskrisen. Det forventes derfor, at forbrugerne gradvist begynder at bruge flere penge på tøj og sko end under lavkonjunkturen efter 2007.

I et gennemsnitligt scenario er der behov for yderligere ca. 6.500 m² til udvalgs- varebutikker. Udvalgsvarerhandlen i Kolding har i dag et stort omfang, og små udsving i særligt internethandlen har stor betydning for behovet for nye ud- valgsvarerbutikker. Eksempelvis viser minimumssceneriet, at Kolding Kommunes udvalgsvarerhandel kan klares på et areal, der er ca. 8.000 m² mindre end i dag, hvis internethandlen fortsat udvikles kraftigt. På den anden side kan være behov for op mod ca. 26.000 m² til nye udvalgsvarerbutikker, hvis ikke internethandlen slår så kraftigt igennem som forventet. Der er således et betydeligt spillerum for udviklingen i arealbehovet de kommende 12 år afhængigt af udviklingen i rammebetingelserne.

Udover udviklingen i arealbehovet vil strukturudviklingen i detailhandlen skabe behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor butikker i nogle områder lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder, eller at butikkerne flyttes for at opnå et tidssvarende butiks-koncept og -indretning. Udover det beregnede behov, vil der derfor også være behov for nyt butiksareal og omdannelse af eksisterende lokaler som følge af et behov for fornyelse af udbuddet af butikslokaler.

ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF DETAILHANDLEN

Detailhandlen i Kolding Kommune er begunstiget af befolkningfremgangen og af, at særligt Kolding Storcenter har en stor betydning for at tiltrække omsætning fra borgere uden for kommunegrænsen. På den anden side har bymidten mistet en del af styrken. Med en betydelig udvikling af detailhandlen i Vejle, Odense mv. står detailhandlen i Kolding overfor udfordringer med fortsat at tiltrække kunder fra et stort opland. Udvikling af detailhandlen i en retning, der får endnu flere kunder til at handle i både bymidten, storcentret, de decentrale dagligvarebutikker og i de øvrige centerbyer i Kolding Kommune kræver både en aktiv fysisk planlægning, samarbejde med detailhandlens parter og planlægning ud fra kundens behov og ønsker. Anbefalingerne ses bagerst i rapporten.



RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD

De regionale udviklingstendenser påvirker detailhandlen i Kolding Kommune. Den regionale konkurrence, de senere års faldende forbrug og den stigende e-handel har betydning for udviklingen i de fysiske butikker.

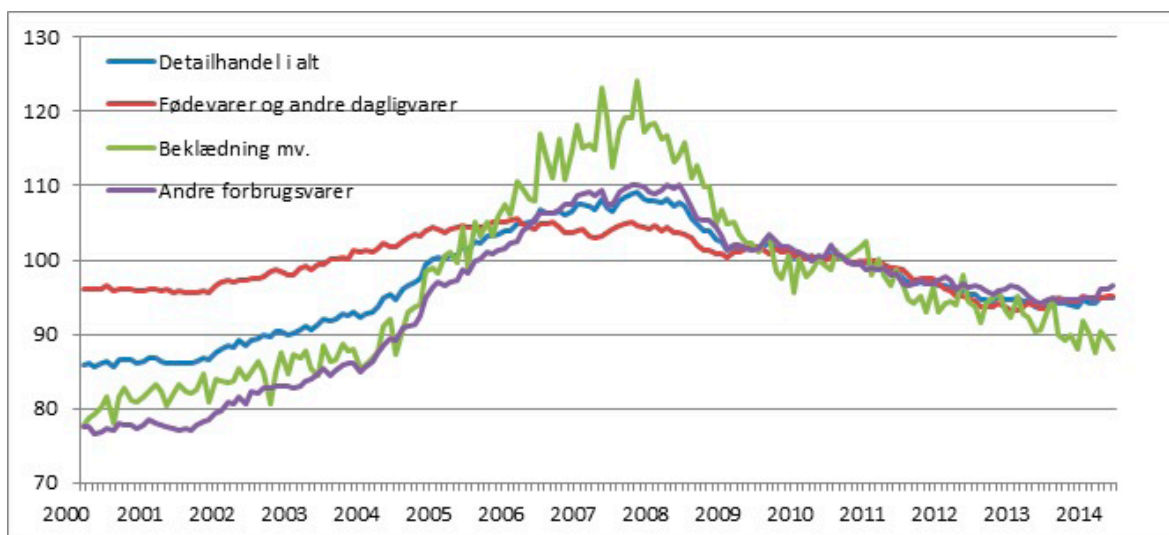
Siden 2007 er detailomsætningen i faste priser faldet med ca. 10 %. Samtidig er strukturudviklingen fortsat mod færre men større butikker. Internethandlen er stigende og vurderes at udgøre ca. 10-15 % af den samlede omsætning i detailhandlen i 2014. Samlet set har det på nationalt plan betydet, at mange butikker er lukket siden 2007, og at udvalgsvarerhandlen fortsat går mod mere handel i de store handelscentre og på internettet.

Dagligvarer handles typisk nær bopælen, på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på internettet, og dagligvarer er den mindst konjunkturfølsomme varegruppe. I Kolding har det store Bilka-varehus samt de to Føtex-varehuse betydning for, at borgere uden for Kolding Kommune handler en vis del af dagligvarerne i Kolding Kommune.

Overordnet set er omsætningen i detailhandlen i Danmark tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005. Krisen har gjort forbrugerne mere prisbevidste. Det kommer særligt til udtryk ved, at især discountbutikkerne oplever markant fremgang. Forbrugerne er også blevet mere kvalitetsbevidste. Handlen med økologiske varer satte i 2013 omsætningsrekord for 6. år i træk. Et andet eksempel på de ændrede indkøbsvaner er, at de fleste indkøb kan klares i butikcentre, som har en høj andel af udvalgsvarer som tøj, elektronik, isenkram mv. Der er også flere eksempler på, at dagligvarebutikker i storcentrene ikke klarer sig så godt som dagligvarebutikker nær forbrugernes bopæl.

FINANSKRISEN HAR BETYDET LAVERE PRIVATFORBRUG

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende, som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarehandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat, at have stor betydning for udviklingen i forbruget. Tilbagegangen fra 2007-2013 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen er faldet med ca. 25-30 %. Inden for øvrige udvalgsvarer er omsætningen faldet med ca. 10-15 %, mens dagligvareomsætningen er faldet med ca. 5-10 %. Til trods for, at omsætningen i udvalgsvarerhandlen i det kommende år ikke forventes at stige, må det forventes, at der fortsat vil ske vækst i privatforbruget i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2010.





/Afstande til nærliggende større byer fra Kolding.

INTERNETHANDLEN VINDER FREM

De seneste 5 år har vist en tendens til en omsætningsstigning i internethandlen på ca. 10-15 % om året. Butiksbranchen selv vurderer, at internethandlens omsætning vil være fordoblet om 10 år. I 2013 handlede mere end 70 % af danskerne på internettet. Ud af alle de, som har e-handlet, har ca. 40 % handlet i udenlandske internetbutikker. Det betyder, at Danmark ikke blot er et af de mest e-handlende lande i EU men også, at Danmark indtager en europæisk topplacering, når det kommer til e-grænsehandel. Udviklingen i internethandlen har skærpet konkurrencen i detailhandlen. Hvor internetbutikkerne kan konkurrere på prisen, må de fysiske butikker konkurrere på indkøbsoplevelsen. Indkøbsmiljø, serviceniveau og den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for internetbutikker. Internationale tendenser peger mod, at mobilhandlen vil blive udbredt de kommende år og spås som det næste skridt i udviklingen af e-handel.

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

ÅBNINGSTIDER I CITY*Jernbanegade, Søndergade,
Helligkorsgade og øvrig City*

Mandag - fredag kl. 10.00 - 18.00

Lørdag kl. 10.00 - 15.00

Udvalgte specialbutikker

1./sidste søndag kl. 10.00 - 14/15

ÅBNINGSTIDER I STORCENTRET*Specialbutikker*

Mandag-fredag kl. 10.00 - 20.00

Lørdag kl. 10.00 - 17.00

1./sidste søndag kl. 10.00 - 17.00

ÅBNINGSTIDER I BILKA (STORCENTER)

Mandag-søndag kl. 08.00 - 22.00

LUKKELOVENS BETYDNING FOR DETAILHANDLEN

Pr. 1.10.2011 blev lukkeloven delvist afskaffet. Alle butikker må nu holde åbent 24 timer i døgnet, alle dage om året – bortset fra nogle enkelte helligdage. Dagligvarebutikker med en årlig omsætning på mindre end 32,2 mio. kr. samt bagere, byggemarkeder mv. må holde åbent alle årets dage. Liberaliseringen af lukkeloven betyder, at især kapitalstærke kæder har udvidet åbningstiderne – både i hverdagene og i weekenderne. Et eksempel er Bilka, der i dag holder åbent fra 8-22 alle ugens dage. Samtidig betyder det, at de mindre og selvstændige butikker er blevet yderligere udfordret, fordi de har begrænsede muligheder for at udvide åbningstiderne. Liberalisering af lukkeloven har haft konsekvenser for især mindre og selvstændige dagligvarebutikker – typisk mindre købmænd og discountbutikker – der tidligere var begunstiget af, at kunne holde søndagsåbent. På samme måde er det sandsynligt, at udvalgsvarehandlen i højere grad flyttes til de store varehuse. Samlet set forventes det, at de stærke kædebutikker med søndagsåbent fortsat vinder markedsandele. De forskellige åbningstider i Kolding er et eksempel på lukkelovens fortsatte betydning. Flere butikker i Kolding Storcenter har længere åbent både i hverdage og weekender end butikkerne i Kolding City.

ANDRE RAMMEBETINGELSER OG UDVIKLINGSTENDENSER

Butikscentrene vinder markedsandele. Det vurderes, at især butikscentrene, der med fælles åbningstider og mange stærke kapitalkæder har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven. Kolding Storcenter er et godt eksempel, som i hverdagene og weekenderne holder 2 timer længere åbent end i Kolding City. I 2013 stod butikscentrene for ca. 25 % af omsætningen i dansk detailhandel. Hvis den andel øges de kommende år vil det betyde, at de traditionelle handelsgader vil blive yderligere udfordret af butikscentrene.

BEFOLKNINGSUDVIKLING

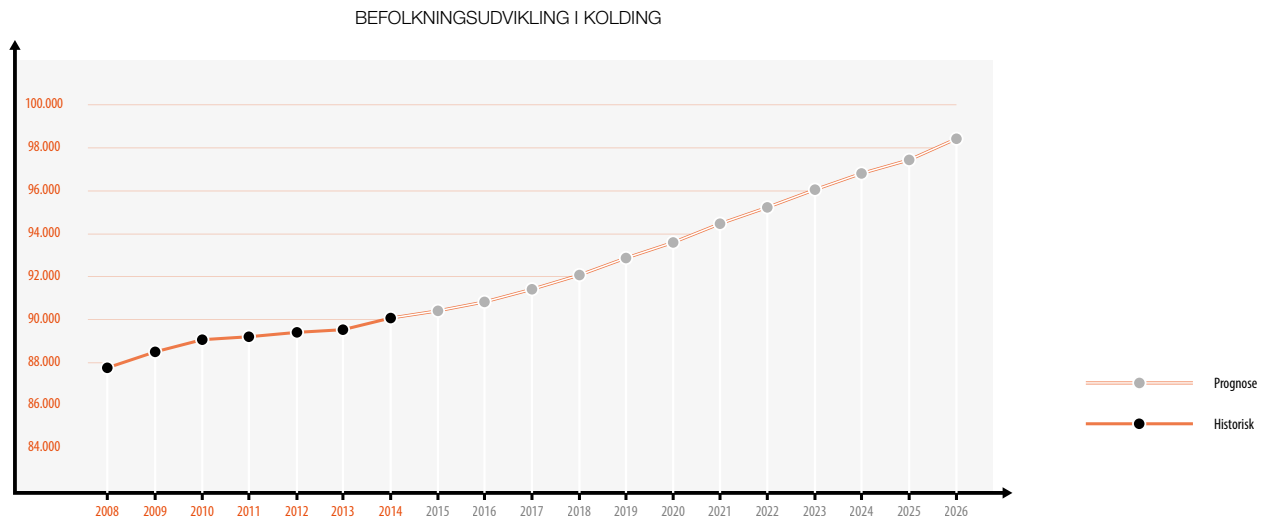
Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. På landsplan forventes befolkningen, at stige med ca. 10 % frem mod 2050. I Kolding Kommune forventes en stigning i indbyggertallet på ca. 8.000 personer i perioden 2014-2026. Befolkningsstilvæksten vil medføre en forbrugsstigning i de fysiske butikker på i størrelsesordenen ca. 350 mio. kr. om året for Kolding Kommune som helhed. Forbrugsstigningen forventes at få positiv indvirkning på butikkerne i Kolding Kommune.

PENDLING

Flere personer pendler dagligt ind til arbejdspladser i Kolding Kommune end personer, der pendler ud af kommunen. Tal fra 2013 viser, at ca. 18.200 personer dagligt pendler ind i Kolding Kommune for at arbejde, mens der pendler ca. 12.800 personer ud af kommunen. Pendlingen har været stort set været stabil de seneste 5 år og ligger på et niveau, hvor ca. 5.400 flere pendler ind i Kolding Kommune end ud. Indpendlingen er ca. 30 % højere end udpendingen. Hvis pendlerne i gennemsnit handler for ca. 250-500 kr. om ugen i den kommune, de pendler til, svarer pendlingsoverskuddet til i størrelsesordenen 70-140 mio. kr. pr. år.

REGIONALE FORHOLD OMKRING KOLDING KOMMUNE

Trekantområdet og Sønderjylland er karakteriseret ved få store byer med en stærk detailhandel. Der er ca. 20-30 km mellem Kolding, Vejle og Fredericia, som udgør de største byer i Trekantområdet. Afstanden fra Kolding til Odense er ca. 70 km. De regionale forhold betyder, at Kolding er en af de største handelsbyer i Trekantområdet og Sønderjylland, og at Kolding har et betydeligt opland. Byerne i Syddanmark har forskellige styrker som udbudspunkter. Vejle har en lang, charmerende og stærk gågade suppleret med nye butikscentre. Odense, der er den største by i området, har både en stærk bymidte, butikscenter, store regionale butikker mv. Kolding konkurrerer også mod Esbjerg mod vest. Shoppingcentret, Broen, er på vej i Esbjerg med ca. 70 butikker. Mod syd ligger Flensborg med en stærk bymidte med butikscenter mv.



//Indbyggertallet i Kolding Kommune 2008-2014 samt prognosen frem til år 2026.

TURISME

I Kolding Kommune var der i 2012 ca. 650.000 overnatninger i hoteller, feriecentre, feriehuse, campingpladser, vandrerhjem og lystbådehavne. Alene i Kolding var der i 2012 ca. 1,6 mio. besøgende turister inkl. endagsturister. Der er dermed mange, der vælger at tage på endagstur til Kolding. Som for mange andre kommuner svinger antallet af overnatninger betydeligt fra år til år. I 2008 var der for hele Destination Lillebælt (Frederecia, Middelfart og Kolding) ca. 1.476.000 overnatninger af de nævnte typer, hvor der i 2012 i alt er 1.336.000.

Udviklingen i antal turister vil påvirke detailhandlen. VisitDenmarks analyse af 'Turismens økonomiske betydning i Danmark 2011', viser et gennemsnitligt døgnforbrug til detailhandel på landsplan på ca. 100 kr. for danske turister og ca. 175 kr. for udenlandske turister. Specifikt for Destination Lillebælt, var der en turismeskabt værditilvækst i 2010 for detailhandel på ca. 335 mio. kr og for overnatningssteder på ca. 260 mio. kr.

Koldinghus og 'Nicolai for børn' har særlig betydning for kommunens turisme. De to store turistattraktioner ligger centralt i Kolding bymidte med gode forbindelser til handelsmiljøet. Der er stort set lige mange besøgende i 'Koldinghus' som i 'Nicolai for børn', men turistattraktionerne udvikler sig forskelligt. Besøgstallet i 'Koldinghus' er faldet med ca. 10.000 årlige besøg fra 2012, hvorimod der er ca. 30.000 flere årlige besøg i 'Nicolai for børn' end i 2011. Interviewundersøgelsen om handelsmønstre i Kolding Kommune, der præsenteres senere i rapporten, konkluderer, at ca. 5 % af de besøgende på de to turistattraktioner kombinerer besøget med en tur til bymidtens butikker. Svarene indikerer, at besøg på turistattraktioner kunne kombineres med cafébesøg. Mere fleksible åbningstider i byen og bedre parkeringsforhold bliver også nævnt som faktorer, som kunne få respondenterne til at overveje at kombinere turen til en turistattraktion med handel i bymidten.

KOLDINGHUS

2013

Besøgstal ca. 103.000
 Fald siden 2012 ca. 9 %

NICOLAI FOR BØRN

2012

Besøgstal ca. 120.000
 Stigning siden 2011 ca. 30 %



BUTIKSANALYSE

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

KORTLÆGNING AF BUTIKKER

Udgangspunktet for detailhandelsanalysen er en kortlægning af alle butikker i Kolding Kommune. Butikkerne er kortlagt med afsæt i butikslisten fra forrige detailhandelsanalyse, et udtræk fra CVR-registret, som er kvalitetssikret ved COWI, Kolding Kommune samt via internetopslag, opslag på OIS mv. Butikslisten har dannet udgangspunkt for en fysisk besigtigelse, hvor kortlægningen er blevet yderligere kvalificeret.

Detailhandlen i Kolding Kommune er kendetegnet ved en struktur, hvor udvalgsbutikkerne hovedsageligt er centralt placeret i Kolding, og hvor dagligvarebutikkerne er decentralt placeret nær boligområderne.

Der er i alt ca. 450 butikker i kommunen fordelt på ca. 30 % dagligvarebutikker, ca. 20 % beklædningsbutikker, ca. 40 % øvrige udvalgsvarebutikker og 10 % butikker, der forhandler særligt plads krævende varer. Fordelingen svarer i store træk til andre tilsvarende kommuner. Fordelingen svarer også stort set til den forrige detailhandelsanalyse bortset fra, at tøjbutikkerne i 2007 udgjorde ca. 25 % af samtlige butikker. Der er registreret ca. 35 færre tøjbutikker i 2014 end i 2007 svarende til en reduktion på ca. 25 %. Udviklingen skal ses i sammenhæng med, at omsætningen i tøjbutikkerne på landsplan er ca. 25-30 % lavere end i 2007.

Kolding Kommune har en central detailhandelsstruktur, hvor Kolding by er det dominerende handelscentrum. Kolding rummer ca. 85 % af samtlige butikker i hele kommunen. Christiansfeld og Vamdrup er de næststørste udbudspunkter, men har hver kun ca. 5 % af butikkerne i kommunen.



Kolding som hovedcenter

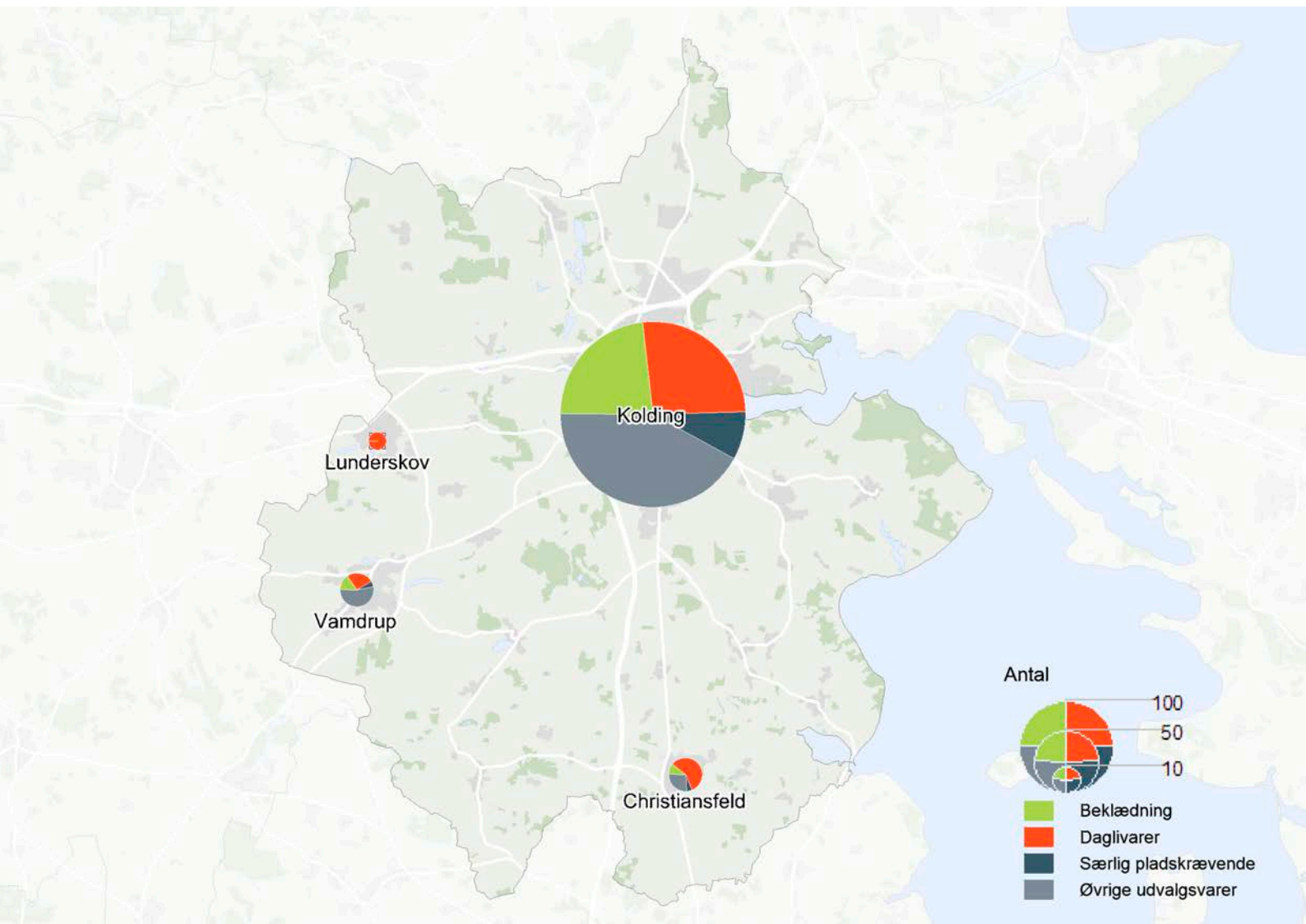
Detailhandlen i Kolding Kommune er koncentreret i Kolding by, der rummer ca. 375 butikker. Der er flere handelscentre i Kolding, hvis udbud overlapper hinanden. De største handelsområder er gågadeområdet og området ved Kolding Storcenter. Herudover ligger der flere decentrale dagligvarebutikker i bydelene i Kolding.

Perioden 2007-2014 har været kendetegnet ved en større omstrukturering af butiksudbuddet i Kolding. I 2007 var forbruget på sit højeste, og internethandlen var endnu på et forholdsvist lavt niveau. Siden er der sket mange flytninger og lukninger som følge af finanskrisen og den stigende internethandel. Befolkningvæksten har betydet, at der løbende er blevet tilført et større forbrugspotentiale til Kolding Kommune. Siden 2007 er der også etableret flere store butikker i området omkring Kolding Storcenter.

Detailhandlen i **bymidten** er koncentreret i gåderne Jernbanegade, Helligkorsgade, Søndergade og Østergade. Kolding bymidte har ca. 125 butikker, der tilsammen omsatte for i størrelsesordenen 700 mio. kr. i 2013. Bymidten står for ca. 15 % af kommunens samlede omsætning. Ca. 50 % af alle butikkerne i bymidten er med i et kædesamarbejde.

Området mellem Jernbanegade og Helligkorsgade er det mest centrale handelsområde i bymidten. Området er suppleret med en gågade mod syd, Søndergade, der går over Kolding Å. Strøgets længde, bredde og vareudbud skaber gode rammer for indkøbsoplevelsen. Strøget er ca. 700 m langt fra Jernbanegade, videre ad Østergade og Helligkorsgade og frem til enden af Søndergade. De største butikker i gågadeområdet er Føtex, H&M og Fakta ved Helligkorsgade, Netto i Jernbanegade og Sinnerup i Søndergade.

Ankerpunkterne i bymidten er vigtige for at tiltrække kunder til bymidten. Føtex, Fakta og H&M fungerer som ankerpunkter i den midterste del af gågademiljøet mellem Jernbaneområdet og Søndergadeområdet. Netto ligger som ankerpunkt i den nordøstlige del af bymidten, men er ikke en del af gågademiljøet. Efter Sinnerup er der som sådan ikke nogen decideret ankerfunktion i den sydlige del af Søndergade. Der er registreret ca. 20 butikker med en samlet omsætning på ca. 100 mio. kr. på den ca. 250 m lange Søndergade. Til sammenligning



/Antal butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2013.

er der registreret knap 30 butikker med en samlet omsætning på ca. 110 mio. kr. i den ca. 130 m lange Østergade. Med en stærk ankerfunktion eller med bedre ankomstmuligheder til Søndergade er det muligt, at der kan etableres bedre muligheder for detailhandlen og andre serviceerhverv i Søndergade.

Kolding bymidte har to store kulturelle ankerfunktioner, Koldinghus og Nicolai for børn, der tilsammen tiltrækker ca. 230.000 gæster om året. Hvis ca. 10 % af de besøgende bruger i gennemsnit 500 kr. i bymidtens butikker svarer det til en årlig omsætning på ca. 10 mio. kr. Fra både Koldinghus og Nicolai for børn er der gode gangforbindelser til de centrale gågader. Forbindelserne mellem de kulturelle ankerpunkter og handelsområderne ved gågaderne kan forbedres med mere synlige forbindelser til Torvegade og Jernbanegade eller ved visuelle trædesten som skiltning, belægning eller andet.

Ved en fysisk besigtigelse er der registreret ca. 180 andre bylivsfunktioner i stueetagen i Kolding bymidte. Funktionerne er fordelt med godt 40 % i restaurationsbranchen, knap 30 % inden for personlig pleje og ca. 10 % inden for hhv. finanssektoren, offentlige funktioner og andre erhverv. Der er kun registreret 4 tomme lokaler i Kolding bymidte. Tilsammen har bymidten ca. 50 % flere andre bylivsfunktioner i stueetagen end butikker. De i alt ca. 300 bylivsfunktioner og få tomme lokaler vidner om, at handels- og servicesektoren har gode betingelser i Kolding bymidte.

Byerne i analysen omfatter:

REGIONALT CENTER

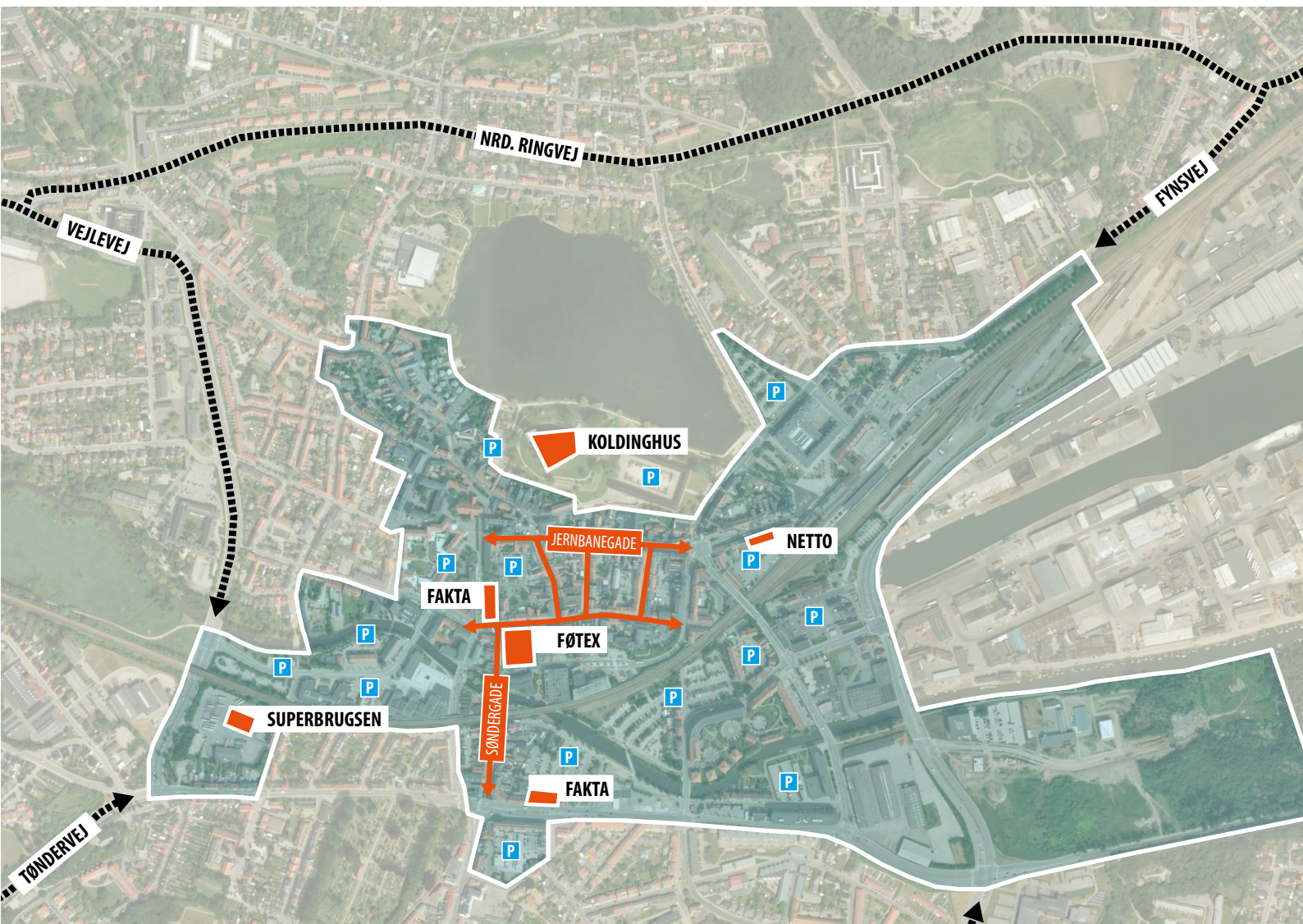
Kolding

CENTERBYER

Vamdrup, Christiansfeld, Lunderskov,

MINDRE LOKALBYER OG LANDSBYER

Hejls, Sønder Stenderup, Sjølund, Jordrup, Almind, Vester Nebel



/ Handlgsgader og parkeringsområder.

Kolding bymidte har en god bredde i dagligvareudbuddet, der strækker sig fra varehuset Føtex over en række discountbutikker til specialbutikker som ostehandler, fiskehandler og vinforretning. Inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer har bymidten en del af de kendte kædekoncepter som H&M, Vero Moda, BR Legetøj, Sport 24, Inspiration og specialbutikker som optikere, guldsmed, lædervarebutikker mv. De fleste store og kendte kædebutikker ligger i Helligkorsgade, Østergade og Jernbanegade.

Ca. 2-3 km nordvest for bymidten ligger **Kolding Storcenter**, som blev indviet i 1993 og løbende er blevet udvidet. I dag rummer storcentret ca. 100 butikker og er et af Jyllands største shoppingscentre. Butikkerne i Kolding Storcenter omsatte tilsammen for i størrelsesordenen 1,4 mia. kr. i 2013 svarende til ca. 27 % af den samlede omsætning i hele Kolding Kommune.

Området omkring storcentret er løbende udviklet med nye og store butikker. Eksempelvis har butiksområdet ved Albuen i dag ca. 15 butikker med et samlet areal på ca. 12.000 m² og en omsætning i 2013 på ca. 170 mio. kr. Et andet eksempel er området ved Egtved Allé, der i dag har ca. 10 butikker med en omsætning i 2013 på ca. 275 mio. kr. Området omkring Kolding Storcenter rummer i dag store udvalgswarebutikker som Elgiganten, Toys'R'Us, Jysk, Baby Sam m.fl. Området har også flere dagligvarebutikker, herunder Bilka, Fakta, Lidl

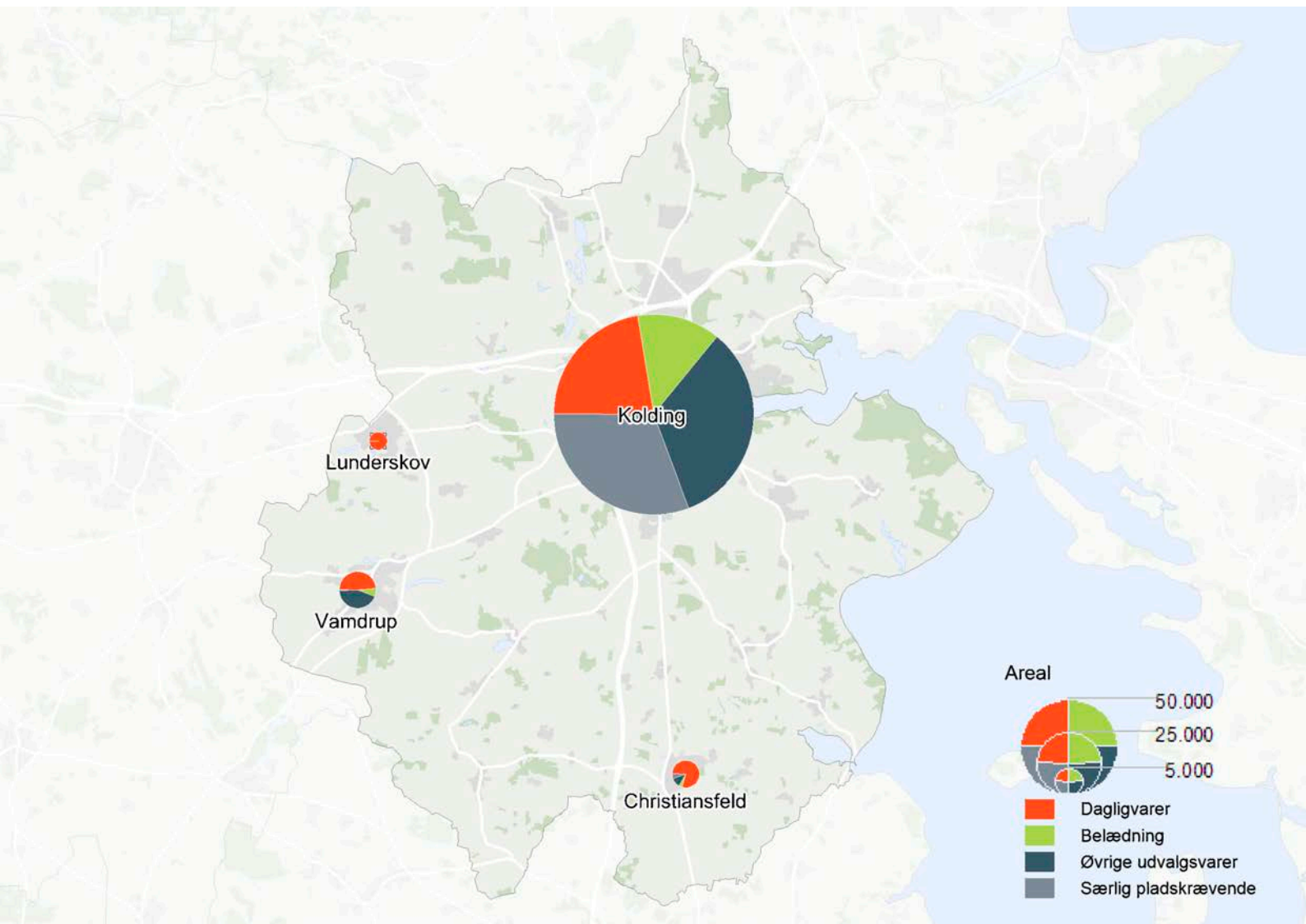
og Aldi samt flere butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer, herunder Silvan, My Home m.fl. Området omkring Kolding Storcenter fungerer ikke som konkurrent til bymidten, da butiksudbuddet i høj grad er større udvalgsvarer. Den typiske butiksstørrelse i området omkring Kolding Storcenter (Egvedt Allé og Vejlevej) er ca. 800-1.000 m². På den anden side udgør de ca. 100 butikker i det moderne og overdækket Kolding Storcenter en direkte konkurrent til bymidten. Et eksempel på konkurrencen kommer til udtryk i åbningstiderne, hvor storcentret har udvidet åbningstiderne for at konkurrere med bl.a. butikkerne i bymidten. Et andet eksempel er Kolding City's boghandel, der i 2013 lukkede efter 169 år og i stedet satser på placeringen i Kolding Storcenter, hvor omsætningen er mere stabil end i butikken i bymidten.

Vamdrup

Vamdrup er med ca. 5.000 indbyggere den næststørste by i Kolding Kommune. Vamdrup har ca. 5 % af indbyggerne og ca. 4 % af omsætningen i kommunen. Byen ligger midt mellem Kolding og Vejen med ca. 15 km til hver af byerne. Med den korte afstand til Kolding har Vamdrup ikke så stort et opland, og byen fungerer i høj grad som forstad til Kolding.

Vamdrup har ca. 20 butikker med ABC Lavpris, Super Brugsen og Fakta som de største. Vamdrup har mistet ca. 10 butikker svarende til ca. 1/3 af alle butikker siden 2007. Stort set alle butikkerne i Vamdrup er samlet centralt i byen omkring Torvet, Østergade, Vestergade og Nørregade. Der er ca. 650 m mellem ABC Lavpris i den østlige del af byen til Super Brugsen og Fakta i den vestlige del af byen. Mellem de to store dagligvareområder ligger de fleste af byens udvalgsvarerbutikker og øvrige servicefunktioner, herunder Expert, Sportigan, få tøjbutikker m.fl. Afstanden og vejene lægger op til transport i bil eller på cykel mellem de to områder. Det betyder, at der ikke er så stærk synergi mellem områderne, og at de kan virke som to konkurrerende områder. Tilsammen omsatte butikkerne i Vamdrup for ca. 200 mio. kr. i 2013, hvilket er ca. 40 mio. kr. mindre end i 2007. Dagligvareomsætningen er stort set på niveau med 2007.

ANTAL BUTIKKER 2014						
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE	I ALT	ANDEL I %
CENTRALE BYDEL	34	39	63	1	137	30%
NORDLIGE BYDEL	16	51	47	8	122	27%
HARTE MUNKEBO	8		20	5	33	7%
SYDLIGE BYDEL	14		12	2	28	6%
VONSILD	3		11	10	24	5%
FYNSVEJ, NR. BJERT, STRANDHUSE	9		6	2	17	4%
ALMIND, VIUF, VESTER NEBEL	3				3	1%
BRAMDRUP	8	1	4	4	17	4%
SEEST	5		2	1	8	2%
SDR. BJERT, SDR. STENDERUP	2				2	0%
BRÆNDKÆR, DALBY, TVED	8		1		9	2%
LUNDERSKOV	7		1		8	2%
CHRISTIANSFELD	15	2	6	2	25	6%
VAMDRUP	5	3	11	1	20	4%
(BLANK)			1		1	0%
I ALT	137	96	185	36	454	100%



/Areal af butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2014.

Christiansfeld

Christiansfeld er kommunens tredjestørste handelsby med ca. 20 butikker og ca. 2.900 indbyggere. Byen har ca. 3 % af kommunens indbyggere og ca. 4 % af omsætningen. Christiansfeld ligger ca. 20 km syd for Kolding og ca. 15 km nord for Haderslev. Byen har et eget opland, og det afspejler sig i detailhandlen, der står næsten lige så stærkt som Vamdrup, der er næsten dobbelt så stor målt på antal indbyggere. Christiansfelds detailhandel består af ca. 20 butikker med Super Best, Netto, Fakta og Aldi som de største dagligvarebutikker. Herunder er der flere mindre dagligvare- og udvalgsvarebutikker som malerbutik, vinhandler, blomsterbutik mv.

Detailhandlen i Christiansfeld er koncentreret langs Lindegade, der er byens primære handsgade, og langs Kongensgade, der udgør den gennemgående hovedgade. Der er kun få udvalgsvarebutikker i Christiansfeld, herunder få tøjbutikker, en boghandler, farvehandler og genbrugsbutikker. Der er bl.a. åbnet to nye tøjbutikker i 2014. Dagligvarerne udgør langt størstedelen af omsætningen. Det ses ved, at dagligvarebutikkernes omsætning udgør ca. 95 % af den samlede omsætning i byen. Dagligvarebutikkernes samlede omsætning på ca. 170 mio. kr. i 2013 svarer til det samlede forbrug fra knap 7.000 personer. Dagligvarebutikkerne vidner om, at Christiansfeld er lokal indkøbsby for et større opland uden for byen. Dagligvarebutikkerne generer et dagligt kundeflow, der er med til at holde liv i de øvrige udvalgsvarebutikker.

Lunderskov

Lunderskov er Kolding Kommunes fjerdestørste handelsby og har ca. 3.000 indbyggere. Byen har ca. 3 % af den samlede befolkning i kommunen og ca. 2 % af den samlede omsætning. Byen ligger midt mellem Kolding og Vejen og har kun ca. 10 km til de to byer. Med kun ca. 15 min kørsel til Kolding fungerer Lunderskov som forstad til Kolding. Nærheden til butiksudbuddet afspejles i detailhandlen i Lunderskov, der er begrænset til ca. 5 dagligvarebutikker. Lunderskov har en spredt bystruktur, der er kendetegnet ved at store grønne områder og industriområder ligger mellem byens boligområder. Byens struktur og afstanden til Kolding og Vejen afspejles i butiksudbuddet, der er begrænset til få spredte dagligvarebutikker. Super Brugsen er den største butik i bymidten. Kiwi er den største butik i den nordlige bydel, Kongsbjerg.

De mindre byer

Detailhandlen i de øvrige byer i Kolding Kommune er begrænset til dagligvarehandel. I Vester Nebel, Almind, Jordrup, Sjølund og Hejls er der en lokal brugs. I Bjert ligger der en Rema 1000 som den største butik. De fleste lokale dagligvarebutikker har en faldende omsætning og kan på sigt blive yderligere udfordret af en vigende omsætning. De øvrige butikker i de mindre byer er kiosker, apotek og lokale købmandsbutikker. Med ca. 500 indbyggere er Sjølund og Hejls de mindste byer i kommunen med lokal dagligvareforsyning. I mange andre af landets kommuner er den sidste dagligvarebutik lukket i byer på op til 1.000 indbyggere. De øvrige byer i Kolding Kommune med egen dagligvareforsyning har alle over 1.500 indbyggere.

KÆDER I KOLDING KOMMUNE

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

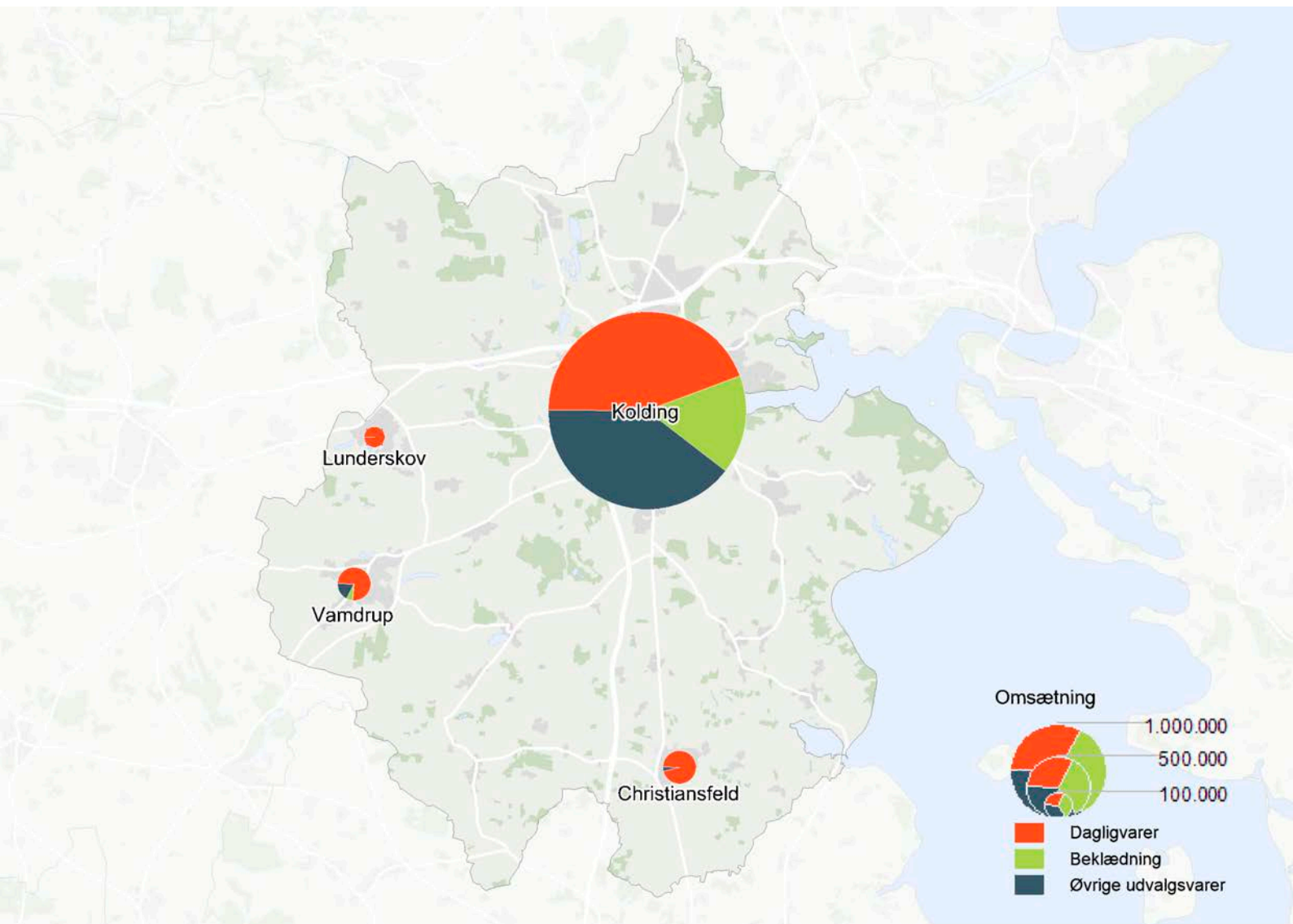
Analysen viser, at ca. 62 % af butikkerne i Kolding Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2014. Knap 50 % af butikkerne indgik i en kapitalkæde og knap 15 % var med i en frivillig kæde. Knap 40 % af butikkerne var uden for kædesamarbejde. Andelen af kæder i Kolding Kommune ligger samlet set over niveauet i andre tilsvarende kommuner. I Kolding bymidte er ca. 60 butikker svarrende til ca. 50 % af butikkerne med i et kædesamarbejde. I Kolding Storcenter er 75 med i et kædesamarbejde svarende til ca. 75 % af butikkerne i storcentret. Det indikerer, at de mest attraktive placeringer for kædebutikkerne er i storcentret.

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

Ca. 60 % af butikkerne inden for beklædning indgår i en kapitalkæde, og det er en højere andel end de fleste andre kommuner. Kolding Storcenter trækker op i kæde-regnskabet, da ca. 40 af de ca. 50 beklædningsbutikker i butikscenters butikker indgår i et kædesamarbejde.

Ca. 35 % af beklædningsbutikkerne og ca. 45 % af butikkerne, der forhandler øvrige udvalgsvarer er selvstændige butikker uden for kædesamarbejde. Det afspejler, at der her er gode muligheder og lokalt initiativ til at starte og drive selvstændig forretning.

De tomme butikker giver et negativt indtryk, og det er derfor vigtigt at få udlejet eller solgt butikslokalerne hurtigst muligt. Nogle lokaler kan være af en sådan karakter, at



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

det kan være svært at få butikker i dem igen. Det kan overvejes, om nogle af lokalerne kan anvendes til andre formål end butikker.

BUTIKSAREAL

Der er i 2014 registreret et samlet bruttoetageareal til butikker på ca. 262.000 m² inkl. areal til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Kolding by står for ca. 90 % af det samlede butiksareal. Vamdrup og Christiansfeld står hver for ca. 5 %, og de resterende by- og landområder i kommunen står for ca. 2 %.

Butiksarealet blev i 2007 opgjort til ca. 236.000 m², hvilket er ca. 26.000 m² mere end i 2007. Udviklingen i butiksarealet er delvist et resultat for en anden opgørelsesmetode, hvor der i højere grad er taget udgangspunkt i opgørelser fra BBR, hvor også visse kælderarealer mv. medtages. Hvis der sammenlignes direkte med samme opgørelsesmetode som i 2007 er arealet steget med i størrelsesordenen 13.000 m². Resultatet af en tilbagegang i arealet i den centrale bydel og i centerbyerne uden for Kolding, status quo i den nordlige og sydlige bydel og en betydelig stigning i de andre bydele, herunder særligt Vonsild og Bramdrup. Reduktion af butiksarealet skyldes primært lukning af flere mindre butikker, mens stigningen skyldes etableringen af meget store butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. De store varehuse har en betydelig andel af både beklædning og øvrige udvalgsvarer. Derfor er varehusenes areal og omsætning opdelt på de forskellige brancher i denne analyse.

I 2007 havde den centrale bydel i Kolding ca. 44.000 m² butiksareal svarende til knap 20 % af det samlede areal i kommunen. I 2014 er arealet i den centrale bydel faldet til ca. 35.000 m² svarende til et fald på godt 20 % i perioden 2007-2014. I 2014 udgjorde arealet i den centrale bydel ca. 13 % af det samlede areal.

Butiksarealet i den nordlige bydel blev i 2007 opgjort til ca. 84.000 m², hvoraf ca. 6.000 på daværende tidspunkt var disponeret til servicefunktioner i Kolding Storcenter. I 2014 blev butiksarealet i den nordlige bydel opgjort til ca. 80.000 m². Dermed er butiksarealet i den nordlige bydel stort set på niveau med 2007.

I den sydlige bydel er der registreret ca. 18.000 m² butiksareal, hvilket svarer til niveauet fra 2007.

I byerne Vamdrup, Christiansfeld og Lunderskov var det samlede butiksareal ca. 27.000 m² i 2007, og i 2014 blev arealet registreret til ca. 25.000 m² svarende til en tilbagegang på godt 10 %. I oplandet omkring Vonsild blev der i 2007 registreret ca. 10.000 m² butiksareal.

I perioden 2007-2014 er Vonsild stort set vokset sammen med Kolding, og bilforhandlere og byggemarkeder har udvidet med nye store butikker. I alt er der i 2014 registreret ca. 34.000 m² butiksareal i området ved Vonsild, hvoraf ca. halvdelen udgøres af bilforhandlere.

KÆDETILKNYTNING 2014

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDVARER	I ALT
KAPITALKÆDE	50%	60%	41%	48%
FRIVILLIG KÆDE	19%	4%	15%	14%
UDEN FOR KÆDE	31%	35%	45%	38%
I ALT	100%	100%	100%	100%

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

BRUTTOETAGEAREAL 2014

OPLANDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER	PLADSKR. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGGERE
	M ²	M ²	M ²	M ²	M ²	%	%
CENTRALE BYDEL	8.800	10.300	14.800	1.000	34.900	13 %	7 %
NORDLIGE BYDEL	12.900	19.400	23.600	23.800	79.600	30 %	8 %
HARTE MUNKEBO	6.000	-	14.000	10.600	30.600	12 %	6 %
SYDLIGE BYDEL	10.000	-	4.300	3.700	18.000	7 %	11 %
VONSILD	5.000	400	14.000	14.400	33.700	13 %	3 %
FYNSVEJ, NR. BJERT, STRANDHUSE	5.300	-	2.400	3.100	10.800	4 %	11 %
ALMIND, VIUF, VESTER NEBEL	1.600	-	-	-	1.600	0 %	5 %
BRAMDRUP	5.400	500	1.900	12.400	20.200	8 %	6 %
SEEST	2.300	-	900	100	3.300	1 %	7 %
SDR. BJERT, SDR. STENDERUP	900	-	-	-	900	0 %	4 %
BRÆNDKÆR, DALBY, TVED	3.000	-	500	-	3.500	1 %	10 %
LUNDERSKOV	3.500	-	200	-	3.700	1 %	7 %
VAMDRUP	5.900	800	5.000	100	11.900	5 %	8 %
CHRISTIANSFELD	7.000	200	1.100	700	9.000	3 %	9 %
I ALT	77.700	31.600	82.800	69.900	261.900	100 %	100 %

BRUTTOETAGEAREALET OMFATTER BUTIKKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, MEN FRATRUKKET PERSONALERUM OP TIL 200 M². I ALLE OPSUMMERINGER ER AREALERNE AFRUNDET TIL HELE 100 M². BRUTTOETAGEAREALET ER OPDATERET I DECEMBER 2015 SOM FØLGE AF MANUEL GENNEMGANG AF BUTIKKER I BBR. AREALET AF VAREHUSE SOM KVICKLY ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.

Også i Bramdrup har der været en fremgang, som delvist skyldes nye dagligvarebutikker, herunder Netto (2013) og udbygningen af området ved Trianglen med store bilforhandlere. I alt ligger der ca. 20.000 m² detailhandel i Bramdrup, hvilket er ca. 14.000 m² mere end i 2007.

OMSÆTNING

Detailhandlen i Kolding Kommune omsatte i 2013 for ca. 5,1 mia. kr. inkl. moms og ekskl. omsætningen i bilforhandlerne. Omsætningen er faldet med ca. 230 mio. kr. svarende til et fald på ca. 4 % i forhold til 2006. På landsplan har omsætningsreduktionen været på i størrelsesordenen 10 % i samme periode.

Omsætningen er koncentreret i Kolding ved både bymidten og ved Kolding Storcenter. Bymidten omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 700 mio. kr. Butikkerne i Kolding nord omsatte for i størrelsesordenen 2 mia. kr. Dagligvareomsætningen i bymidten var ca. 270 mio. kr. i 2013, og i området ved storcentret var den i størrelsesordenen 670 mio. kr. I den centrale del af Kolding omsatte udvalgsvarebutikkerne for i størrelsesordenen 500 mio. kr., mens udvalgsvarebutikkerne i den nordlige del af byen omsatte for i størrelsesordenen 1,4 mia. kr.

Tilsammen omsatte butikkerne i Kolding by for ca. 4,5 mia. kr. svarende til i størrelsesordenen 90 % af omsætningen i hele kommunen. Kolding by står for ca. 95 % af udvalgsvareomsætningen i kommunen, hvilket understreger Koldings betydning som regionalt handelscenter. Området ved Kolding Storcenter inkl. butikkerne i storcentret står for ca. 50 % af kommunens samlede omsætning af udvalgsvarer. Et eksempel på Kolding Storcenters styrke er omsætningen i beklædningsbutikkerne. Beklædningsbutikkerne i Kolding Storcenter omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 400 mio. kr., hvilket er dobbelt så meget som alle beklædningsbutikkerne i bymidten til sammen. Omsætningen i beklædningsbutikkerne i Kolding Storcenter er på niveau med omsætningen i samtlige tøj- og skobutikker i Fredericia og Aabenraa Kommuner tilsammen.



Butikkerne i Vamdrup omsatte i 2013 for ca. 200 mio. kr. svarende til ca. 5 % af den samlede omsætning Kolding Kommune. I Christiansfeld er omsætningen opgjort til ca. 180 mio. kr. svarende til ca. 5 % af omsætningen i kommunen. Dagligvarehandlen i Vamdrup, Christiansfeld og Lunderskov udgør ca. 75-100 % af omsætningen i byernes butikker.

Den samlede omsætning i de øvrige byer, herunder Sønder Stenderup, Hejls, Sjølund, Jordrup, Almind, Vester Nebel mv. er opgjort til i størrelsesordenen 350 mio. kr. Der er stort set ingen udvalgsvareomsætningen i de mindre byer i Kolding Kommune.

Den samlede omsætning er faldet fra ca. 5,3 mia. kr. i 2006 til ca. 5,1 mia. kr. i 2014. Det svarer til en omsætningsreduktion på ca. 200 mio. kr. eller ca. 4 % i perioden 2006-2014. I 2006 var konjunkturerne på et meget højt niveau, og internethandlen havde ikke slået igennem for alvor. Siden har den danske økonomi været kendetegnet ved finanskrisen, et faldende forbrug og en generel økonomiske afmatning. Samtidig har internethandlen udviklet sig kraftigt med en årlig vækst på ca. 15 %. I 2006 udgjorde internethandlen ca. 20 mia. kr. I 2014 forventes danskerne at bruge i størrelsesordenen 70-75 mia. kr. i webshops. På landsplan er detailhandlens omsætning reduceret med i størrelsesordenen 10 % i forhold til højkonjunkturen. Detailhandlen i Kolding Kommune har således klaret sig stærkt gennem den økonomiske lavkonjunktur. En af årsagerne skal findes i befolkningstilvæksten. I perioden 2006-2014 er der kommet ca. 2.900 flere indbyggere i Kolding Kommune. Det svarer til, at forbrugsgrundlaget i de fysiske butikker er steget med i størrelsesordenen 140 mio. kr. pr. år. En del af forklaringen på Koldings positive udvikling under lavkonjunkturen kan derfor tilskrives befolkningstilvæksten.

Omsætningsudviklingen i Kolding Kommune dækker over forskellige udviklinger i brancherne. For dagligvarer er den samlede omsætningen steget med i størrelsesordenen 400 mio. kr. svarende til en vækst på ca. 15 %. Etablering af det nye Føtex-varehus i den sydlige del af byen samt etablering af ca. 5 discountbutikker i udkanten af Kolding i perioden 2009-2013 har haft en betydning for stigningen i dagligvareomsætningen. Befolkningsudviklingen har også været en medvirkende årsag til den positive udvikling i dagligvareomsætningen.

OMSÆTNING 2013						
BYOMRÅDE	DAGLIG- VARER	BEKLÆD- NING	ØV. UDV. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGGERE
	MIO. KR.	MIO. KR-	MIO. KR.	MIO. KR.	%	%
CENTRALE BYDEL	271	207	260	738	15%	7 %
NORDLIGE BYDEL	667	497	885	2.050	41%	8 %
HARTE MUNKEBO	125	-	347	472	9%	6 %
SYDLIGE BYDEL	272	-	112	383	8%	11 %
VONSILD	148	-	121	280	6%	3 %
FYNSVEJ, NR. BJERT, STRANDHUSE	165	-	-	192	4%	11 %
ALMIND, VIUF, VESTER NEBEL	-	-	-	-	1%	5 %
BRAMDRUP	150	-	-	166	3%	6 %
SEEST	101	-	-	100-110	2%	7 %
SDR. BJERT, SDR. STENDERUP	-	-	-	-	1%	4 %
BRÆNDKÆR, DALBY, TVED	93	-	-	90-100	2%	10 %
LUNDERSKOV	92	-	-	92	2%	7 %
VAMDRUP	152	11	37	201	4%	8 %
CHRISTIANSFELD	196	-	13	209	4%	9 %
I ALT	2.513	731	1.816	5.060	100 %	100 %
2006	2.205	967	2.121	5.295	100 %	100 %

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

For beklædning er omsætningen faldet med i størrelsesordenen 230 mio. kr. svarende til knap 25 %. Omsætningsreduktion for beklædning skal ses i sammenhæng med, at der på landsplan har været et fald på i størrelsesordenen 20-30 % for beklædningsbranchen i perioden fra 2007-2014.

For øvrige udvalgsvarer er omsætningen faldet med i størrelsesordenen 320 mio. kr. svarende til et fald på ca. 15 %. Omsætningsreduktion for øvrige udvalgsvarer skal ses i sammenhæng med, at der på landsplan har været et fald på i størrelsesordenen 10-15 % i perioden fra 2007-2014.

Samlet set er omsætningen for dagligvarer således steget med i størrelsesordenen 350 mio. kr. mens udvalgsvareomsætningen er reduceret med i størrelsesordenen 550 mio. kr. Reduktionen i udvalgsvareomsætningen svarer i store træk til udviklingen på landsplan. Reduktionen viser, at Koldings udvalgsvarehandel er under stigende pres fra Vejle, Odense mv. i konkurrencen om de regionale kunder. Det er bemærkelsesværdigt, at dagligvarehandlen i Kolding Kommune står betydeligt stærkere end i 2007. Det skal ses i sammenhæng med, at dagligvarebranchen ikke har været så udfordret under lavkonjunkturen, og at forbrugerne typisk handler dagligvarer nær bopælen. Knap 3.000 flere indbyggere i Kolding Kommune og etableringen af både varehus, supermarkeder



og discountbutikker har været medvirkende faktorer til, at dagligvarehandlen i Kolding Kommune står stærkere end tidligere.

UDVIKLINGEN I OMSÆTNINGEN 2011-2013 OG FORVENTNINGERNE TIL FREMTIDEN

I forbindelse med butiksregistreringen er de butik drivende blevet spurgt om omsætningsudviklingen i perioden 2011-2013 samt om den forventede omsætningsudvikling i perioden 2013-2015.

Det generelle billede er, at ca. 70 % af butikkerne melder om vækst i perioden 2011-2013, mens ca. 20 % melder om tilbagegang, og ca. 10 % melder om status quo i perioden. De butik drivende er lidt mindre optimistiske omkring omsætningsudviklingen i perioden 2013-2015. Ca. 50 % melder om forventet vækst, ca. 15 % forventer en lavere omsætning og ca. 25 % forventer, at omsætningsniveauet i 2015 svarer til 2013.

De fleste butikker har således oplevet en stigende omsætning de sidste to år, og omkring halvdelen forventer en omsætningsvækst de næste to år. Det er bemærkelsesværdigt, at flere store lokale dagligvarebutikker uden for Kolding har oplevet en faldende omsætning i perioden 2011-2013, og at de samme butikker forventer et fortsat fald de næste to år. Omsætningsreduktionen i de store lokale dagligvarebutikker er ca. 2-10 % pr. år i hele perioden 2011-2015.

Omsætningen i dagligvarebutikkerne er gennemsnitligt vokset med ca. 4 % i perioden 2011-2013. Blandt dagligvarebutikkerne har ca. 60 % oplevet fremgang, og ca. 40 % forventer vækst i perioden 2013-2015.

Beklædningsbutikkerne og de øvrige udvalgsvarebutikker har oplevet en gennemsnitlig omsætningsvækst på 8 % i perioden 2011-2013. Ca. 70 % har oplevet fremgang, og ca. 50 % forventer vækst de næste 2 år. Samlet set peger svarerne på, at dagligvarebutikkerne har oplevet en vækst og generelt ser positivt på den nærmeste fremtid. Udvalgsvarebutikkerne har oplevet en vækst, der er ca. dobbelt så høj som dagligvarebutikkerne, og generelt ser udvalgsvarebutikkerne lysere på fremtiden end dagligvarebutikkerne.

Omsætningen i kapitalkædernes butikker er gået mest frem med gennemsnitligt 8 % i perioden 2011-2013. De selvstændige butikker har øget omsætningen med gennemsnitligt 6 %, og de frivillige kæder med 4 %. Det er bemærkelsesværdigt, at både kapitalkæderne og de frivillige kæder stort set forventer status quo i 2015 i forhold til 2013, men at de selvstændige butik drivende er mest optimistiske omkring fremtiden med en forventet vækst på 4 % i perioden 2013-2015.

Ca. 65 % af butikkerne i bymidten melder om fremgang i perioden 2011-2013, mens ca. 25 % af butikkerne i bymidten melder om tilbagegang. Ca. 55 % forventer en omsætningsvækst de næste 2 år, mens ca. 15 % melder om en forventet tilbagegang. I Kolding nord melder hele 80 % af butikkerne om fremgang i perioden

OMSÆTNING OG FORVENTNINGER

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

I alt 175 butikker af 454 har oplyst omsætningsudviklingen 2011-13 og 2013-15.

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

2011-2013, mens ca. 15 % har haft tilbagegang. 45 % af de butiksdrevende i Kolding nord forventer omsætningsvækst de næste 2 år, mens ca. 15 % af butikkerne i Kolding nord forventer en reduktion i omsætningen de næste 2 år. Samlet set peger svarene på, at butikkerne i bymidten ikke har udviklet sig så positivt som butikkerne i Kolding nord i perioden 2011-2013. På den anden side viser svarerne, at bymidtens butikker forventer en lidt mere positiv udvikling de næste 2 år. end butikkerne i Kolding nord giver udtryk for.

BUTIKKER MED WEBSHOPS

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

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

I Kolding Kommune er det ikke usædvanligt kæderne, der i størst grad har webshops. Omkring halvdelen af kapitalkæderne og de frivillige kæder har webshops. Blandt de selvstændige butikker har kun ca. 30 % af butikkerne webshops.

Lidt under halvdelen af udvalgsvarebutikkerne har webshops, mens kun knap 20 % af dagligvarebutikkerne har tilknyttet en webshop. For udvalgsvarebutikkernes vedkommende er der ikke forskel på andelen af butikker med webshops i og udenfor bymidten. En større andel af dagligvarebutikker i bymidten og i Kolding Storcenter har webshops end i de øvrige dele af kommunen. Det er især de største kapitalkæder som Dansk Supermarked og Matas samt store frivillige kæder (vinhandlere og blomsterbutikker) der ligger her.



BYLIVSFUNKTIONER I KOLDING BYMIDTE

Sammen med butikkerne er service- og kulturtilbud vigtige elementer for bymidtens attraktivitet for kunderne. Konkurrencen mellem byerne om at være attraktive for indbyggere, kunder og tilflyttere medfører en konstant udvikling af byernes service- og kulturtilbud. I det følgende er tilstedeværelsen af en række byfunktioner undersøgt i den centrale del af Kolding. Bylivsfunktionerne er kortlagt ved en besigtigelse i efteråret 2014.

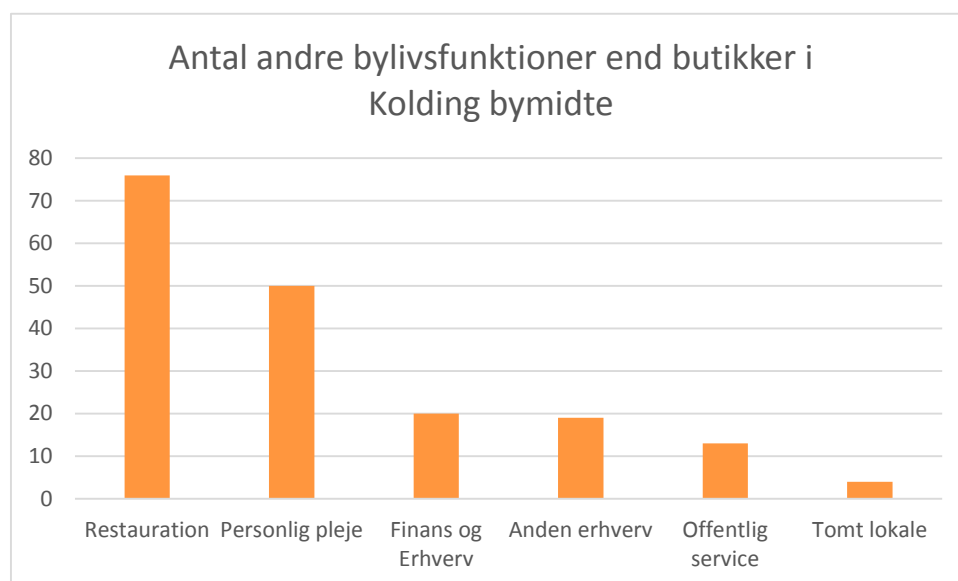
Bylivsfunktionerne har stor betydning for bylivet, men har en forskellig effekt, når det kommer til at generere fodgængerstrømme. Typisk har finanssektoren som banker, forsikringsselskaber, ejendomsmæglere mv. ikke længere så mange daglige kunder som tidligere. På den anden side har restaurationsbranchen,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

I Kolding bymidte er der registreret ca. 180 bylivsfunktioner i stueetagen. Til sammenligning er der ca. 125 butikker i bymidten. Antallet af butikker var nogenlunde stabilt i perioden 2002-2007, men siden 2007 er antallet faldet markant som følge af finanskrisen og den stigende internethandel. På den anden side er der stort set ingen tomme lokaler i bymidten. Udviklingen viser, at de andre bylivsfunktioner spiller en stigende rolle i takt med, at antallet af butikker i bymidten reduceres.

Ca. 40 % af bylivsfunktionerne er tilknyttet restaurationsbranchen (café, bar, restaurant, take-away mv.) og knap 30 % er tilknyttet personlig pleje (frisør, solcenter, skønhedssalon, læge, fysioterapeut mv.). Ca. 10 % af bylivsfunktionerne er tilknyttet den finansielle sektor, yderligere ca. 10 % er offentlige funktioner (jobcenter, kirke, skole mv.) og de resterende knap 10 % er andre private virksomheder (hotel, køreskole, spillehal mv.). Der er kun registreret få tomme lokaler i Kolding bymidte.

Antallet og fordelingen af bylivsfunktioner i Kolding vidner om et stort, bredt og koncentreret udbud af forskellige funktioner. Der er en høj andel af restaurationer og funktioner med personlig pleje, der genererer en vis fodgængerstrøm. Det svarer til andre byer, men overvægten af restaurationer er særligt kendetegnende for de største byer.

Der er registreret ca. 75 restaurationer, heraf er der ca. 30 caféer og restauranter, ca. 25 take-away-steder og ca. 20 værtshuse. Der er forskel på gadernes udbud af restaurationer. Munkegade er kendetegnet ved at have flest værtshuse og flere take-away steder. Også Jernbanegade og Søndergade har mange take-away steder. Restauranterne ligger typisk i sidegaderne til hovedgaderne.



Der er registreret ca. 50 funktioner i kategorien personlig pleje, hvoraf de ca. 30 er frisører. Derudover er der ca. 10 funktioner med anden kropspleje som wellness, neglesalon og kosmologi. De øvrige ca. 10 funktioner inden for personlig pleje er tatovører, speciallæger mv. Bylivsfunktionerne med personlig pleje ligger spredt i de centrale gader i Kolding. Låsbygade, Søndergade og Klostergade har tilsammen ca. 20 funktioner inden for personlig pleje. Undersøgelser fra andre byer viser, at lægehuse og sundhedstilbud trækker kunder fra et større opland, og at et besøg ofte kombineres med indkøb.

Der er registreret ca. 20 finansielle funktioner i de centrale gader i Kolding bymidte. Halvdelen af de finansielle funktioner er banker, ca. 1/4 er ejendomsmæglere og de øvrige funktioner er forsikring, advokater, revisorer mv. Jernbanegade og Buen har tilsammen halvdelen af bymidtens banker og ejendomsmæglere. Finansektoren genererer begrænsede fodgængerstrømme.

Ca. 20 funktioner tilhører andre private virksomheder som hotel, spillehal og andre privat erhverv. Funktionerne ligger blandet med Koldings butikker og de andre byfunktioner. Sammenlignet med andre byer er der relativt få kunstvirksomheder og andre mere publikumsorienterede virksomheder i Kolding bymidte.

De resterende ca. 15 funktioner tilhører kategorien offentlig service, herunder dag-institution, kirke, bibliotek, center for frivillige mv. De fleste af de offentlige funktioner ligger i kanten af de centrale handeleggader.

Der er kun registreret 4 tomme lokaler i Kolding bymidte. Den lave tomgang indikerer, at der er god samlet efterspørgsel på butikslokaler i bymidten, hvor også efterspørgslen fra andre bylivsfunktioner end butikker spiller en stor rolle.

Tilsammen er der ca. 300 butikks- og bylivsfunktioner i drift i Kolding bymidte. Samlet set er det kendetegnende for Kolding, at butikker, personlig pleje og andre



byfunktioner ligger delvist blandet i de centrale handlegader, men at koncentrationen af andre bylivsfunktioner end butikker er størst ved overgangen mellem gågademiljøet og det overordnede vejnet. De ca. 180 byfunktionerne understøtter bymidtens ca. 125 butikker. Samlet set har bymidten i Kolding et godt udbud af bylivsfunktioner.

DESIGN OUTLET I KOLDING BYMIDTE

Udover de eksisterende butikker og bylivsfunktioner er der aktuelle planer om at opføre et stort nyt butikscenter i Kolding med 20-30.000 m² butiksareal. Butikscenret ønskes placeret centralt i Kolding bymidte og vil få umiddelbar tilknytning til gågademiljøet. Butikscenret vil være en markant udvidelse af detailhandlen i Kolding bymidte. Til sammenligning er der i 2014 registreret ca. 34.000 m² detailhandel i den centrale del af Kolding. Butikscenret vil primært få karakter af et outletcenter med mange lagersalgsbutikker, men det er sandsynligt, at centrets butikker til en vis grad vil konkurrere med de eksisterende butikker i Kolding bymidte.

Alt efter attraktiviteten af det samlede center og de enkelte butikker er det sandsynligt, at butikkerne vil omsætte for i størrelsesordenen 20.000 kr. pr. m² pr. år svarende til et niveau, der er lidt lavere end gennemsnittet i de eksisterende butikker i Kolding bymidte. Med et fuldt udbygget butikscenret svarer det til en årlig omsætning på i størrelsesordenen 400-600 mio. kr. Til sammenligning omsatte Koldings centrale bydel for i størrelsesordenen 750 mio. kr. i 2013.

I VVM-redegørelsen for projektet vurderedes det, at projektets realisering vil få en positiv effekt på handelslivet. Rapporten konkluderede, at det vil supplere og styrke det eksisterende og stagnerende handelsmiljø. I redegørelsen forventes det, at besøgsantallet og omsætningen vil øges markant ved etableringen af et center, der revitaliserer en del af midtbyen og tilfører et nyt udbud af butikker. Uanset VVM-redegørelsens optimistiske vurderinger vil et nyt stort butikscenret hente en betydelig del af omsætningen fra de nærmeste butikker, og herunder særligt fra de eksisterende butikker i bymidten.

Denne detailhandelsanalyse peger på, at detailhandlen i bymidten er stagneret yderligere, men at bymidtens funktion i højere grad er et udbudspunkt af mange forskellige services, herunder restaurationer, funktioner til personlig pleje mv. Med et stort nyt butikscenret centralt i byen er det sandsynligt, at bymidtens detailhandel under ét vil få et betydeligt løft. På den anden side er det også sandsynligt, at flere butikker og funktioner i bymidten lukker som følge af den yderligere konkurrence fra det nye butikscenret. Det er uvist, om de lukkede butikker vil blive erstattet af nye butikker eller servicefunktioner. Med etablering af et nyt stort butikscenret i bymidten af rykkes balancen og koncentrationen af bymidtens handels- og serviceudbud markant mod det nye butikscenret.

Regionalt set vurderede VVM-redegørelsen, at realiseringen af projektet vil betyde en udvidelse af oplandet til Kolding bymidte. Med et regionalt og bynært center er det sandsynligt at oplandet vil udvides, men en del af omsætningen i de nye butikker vil blive hentet fra de nærmeste tilsvarende butikker – herunder særligt fra Kolding bymidte og fra Kolding Storcenter. Effekterne af butikscenret afhænger af butiksammensætningen, sammenhængen med det eksisterende handelsmiljø, tilgængeligheden til centret og den fysiske udformning.

FORBRUGSPOTENTIALE I KOLDING

Det samlede forbrug i Kolding Kommune er ultimo 2013 beregnet til knap 4 mia. kr., hvilket svarer til niveauet fra 2006. I perioden 2006-2013 har udviklingen i forbruget været kendetegnet ved en brat opbremsning, men i Kolding Kommune er det faldende forbrug opvejet af de ca. 3.700 flere borgere end i 2006.

Privatforbruget er i høj grad koncentreret om Kolding by og forstæderne, som vist på kortet. Også i Vamdrup, Christiansfeld og Lunderskov er der en vis



befolkningstæthed. Kortet viser også placeringen af de store dagligvarebutikker. De fleste områder med høj befolkningstæthed er godt forsynet med større dagligvarebutikker. Der er kun få områder i Kolding, der ikke har nærhed til en lokal dagligvarebutik. Byer som Viuf og Sønder Stenderup har ikke egen dagligvareforsyning.

Ifølge Kolding Kommunes seneste befolkningsprognose vil der de næste 12 år komme ca. 8.000 flere borgere til kommunen. De fleste vil sandsynligvis bosætte sig i og omkring Kolding by. Befolkningsudviklingen alene svarer til et årligt dagligvareforbrug på i størrelsesordenen 190-200 mio. kr. svarende til den årlige omsætning i 5-7 gennemsnitlige dagligvarebutikker på ca. 1.000 m² eller ca. en ny discountbutik hvert andet år de næste 12 år.

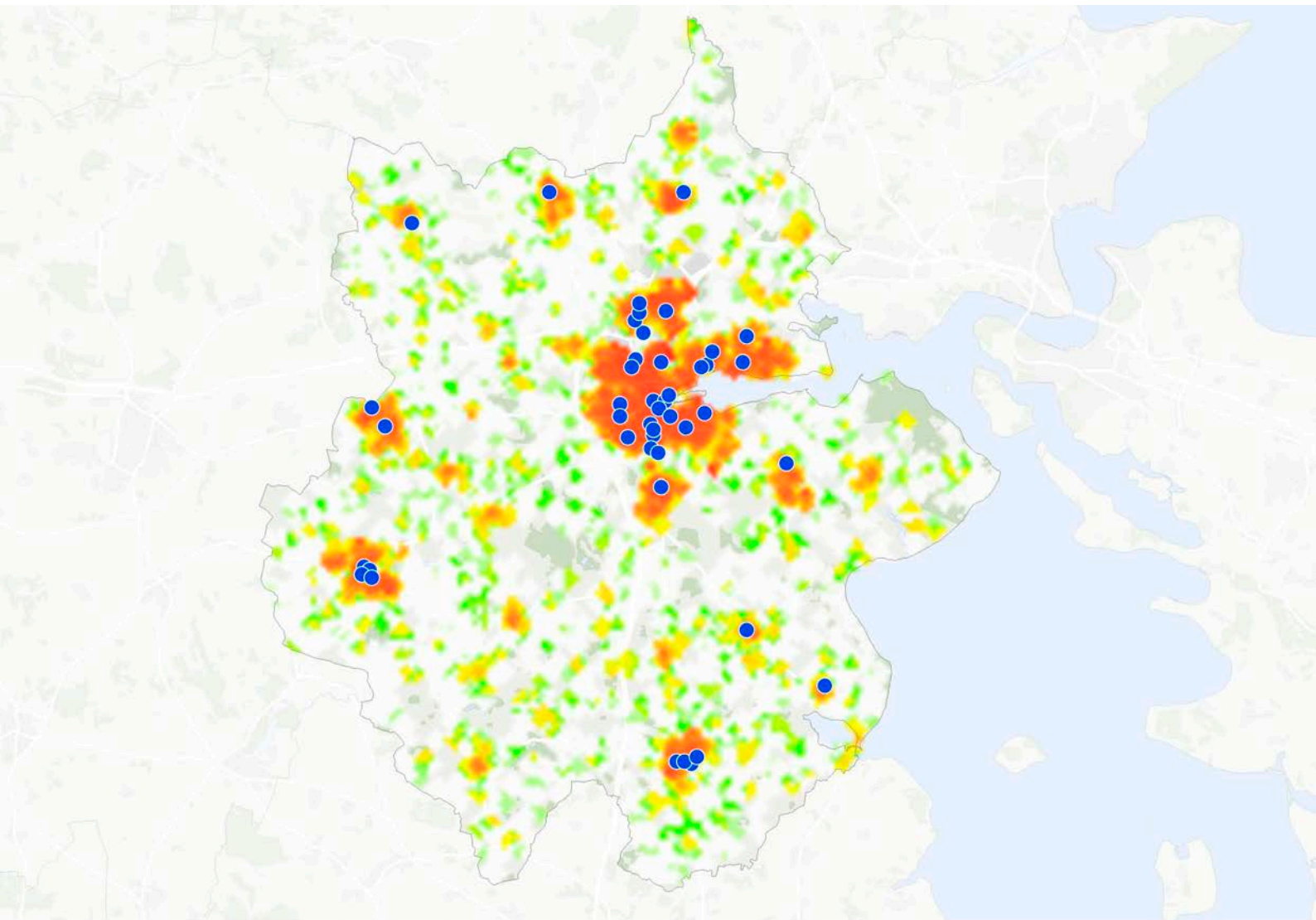
FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Kortlægningen af omsætningen og forbruget i de fysiske butikker gør det muligt at beregne dækningsgraden, der er butikkernes omsætning divideret med indbyggernes forbrug. Der er beregnet dækningsgrader for kommunen som helhed og for oplandene med hver deres hovedby.

Dækningsgraden er et udtryk for et givent områdes detailhandelsmæssige styrke. En dækningsgrad over 100 % udtrykker, at der er et handelsoverskud, hvor butikkerne i området omsætter for mere end indbyggerne forbruger. Det betyder, at områdets butikker står stærkt og rækker ud over det lokale opland.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2013. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at det

/Befolkningstæthed og de store dagligvarebutikker.



påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, så ville dækningsgraden være en del lavere. I 2007 havde internethandlen endnu et begrænset omfang. I perioden 2007-2014 er internethandlen steget med i størrelsesordenen 50 mia. kr. Det svarer til, at omsætningen i internethandlen i dag er ca. 3-4 gange højere end i 2007.

Dækningsgraden for Kolding Kommune som helhed er for 2013 beregnet til 128 svarende til et handelsoverskud på i størrelsesordenen 1,1 mia. kr. Handelsoverskuddet svarer stort set til handelsoverskuddet i 2007, hvor dækningsgraden blev beregnet til 132. Reduktionen skal ses i sammenhæng med den øgede konkurrence fra Vejle, der har fået Bryggen, og Odense, der har fået IKEA og et har udbygget Rosengårdscentret og muligvis stigende grænsehandel.

Dækningsgraden i Kolding Kommune dækker over en forskel mellem dagligvarer og udvalgsvarer. Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 110, og handelsoverskuddet var i 2013 ca. 220 mio. kr. Det vidner om, at Kolding Kommune holder indbyggernes dagligvareforbrug hjemme i kommunen og samtidig tiltrækker dagligvarehandel fra et større opland uden for kommunen. Overskuddet svarer til det samlede årlige dagligvareforbrug fra knap 8.500 borgere. Dækningsgraden for dagligvarer er stort set på niveau med 2007. Dagligvarer handles oftest tæt ved bopælen, hvilket interviewundersøgelsen også understreger. I de fleste danske kommuner er dækningsgraden for dagligvarer derfor tæt ved 100. I Kolding skyldes det betydelige overskud blandt andet den daglige nettoindpendling på ca. 5.400 personer, etableringen af det nye Føtex-varehus ved indfaldsvejen i den sydlige del af Kolding, samt at Bilka tiltrækker borgere uden for oplandet.

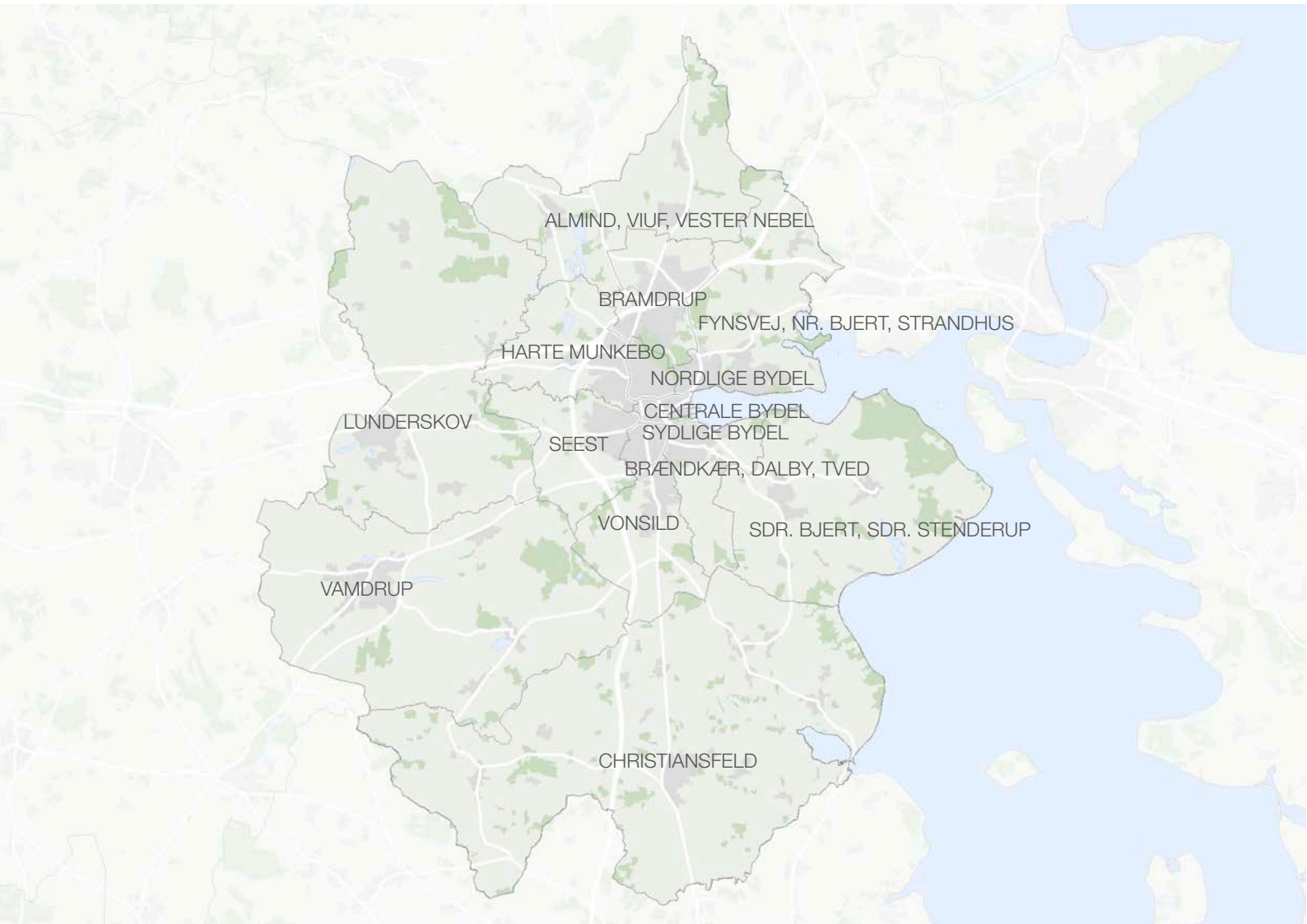


Dækningsgraden for beklædning er i 2013 beregnet til 149, og handelsoverskuddet er ca. 240 mio. kr. Beklædning handles typisk dér, hvor udbuddet er størst. Kolding Storcenter er et af Danmarks største butikscentre, og med ca. 40 tøj- og skobutikker har butikscentret en stor oplandseffekt. Kolding Storcenter har eksempelvis lige så mange beklædningsbutikker som i hele Fredericia Kommune. Handelsoverskuddet svarer til, at ca. 40-50.000 personer uden for Kolding Kommune bruger hele deres årlige forbrug på tøj og sko i butikker i Kolding Kommune. Kolding har stort set alle de store kædebutikker. Et eksempel på Koldings styrke er kæderne H&M, Nielsen's og Wagner, der alle har butikker både i bymidten og i Kolding Storcenter. De 6 butikker har et samlet areal på knap 8.000 m² og en omsætning i 2013 på i størrelsesordenen 150 mio. kr. I 2007 blev dækningsgraden for beklædning beregnet til 176. Det er et meget højt niveau, som svarer til, at mere end 65.000 personer foretager hele deres samlede årlige tøjforbrug i Kolding Kommune.

De fleste kommuner har underskud på handlen med tøj og sko. Kun landets største kommuner har et overskud på handelsbalancen med beklædning. I Fredericia er dækningsgraden for beklædning eksempelvis beregnet til 83, og i Aabenraa Kommune er den beregnet til 60. Kolding er derfor et af Sønderjyllands stærkeste handelscentre for tøj og sko.

Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er i 2013 beregnet til 153 for Kolding Kommune som helhed. Dækningsgraden vidner om, at der også for øvrige udvalgsvarer er et stort overskud på balancen mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er forholdsvis høj sammenlignet med tilsvarende kommuner. For Vejle Kommune blev dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer opgjort til ca. 140, og for Horsens Kommune er den ca. 130. Den stærke dækningsgrad for øvrige udvalgsvarer i Kolding Kommune skal ses i sammenhæng med, at Kolding Kommune har stort set alle de kendte udvalgsvarerbutikker, et stort antal møbelbutikker,

/Hovedoplade i Kolding Kommune.



byggemarkeder mv. foruden mange mindre udvalgswarebutikker i både bymidten samt i og omkring Kolding Storcenter. Den nærmeste store konkurrent mod nord er Vejle, mod øst er det Odense, mod vest er det Esbjerg og mod syd er det Flensborg. Bortset fra Vejle er der ca. 60-80 km til nærmeste store handelsby. Det betyder, at Kolding har et stort opland i Sønderjylland, og det afspejles i dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer. De eneste udvalgswarebutikker, der mangler i Kolding er de meget store butikker som IKEA, Magasin, Biltema, Plantorama. Det er stort set kun Aarhus, Odense, Aalborg København, der har alle de største butikker.

DÆKNINGSGRADERNE I HOVEDOPLANDENE

Kolding Kommune kan opdeles i 14 hovedoplande med hver deres centrale handelsområde. Dækningsgraderne for oplandene beskriver balancen mellem forbrug og omsætning i hvert opland.

- › De centrale bydele i Kolding (den centrale, den nordlige og den sydlige bydel) dækker over de tættest befolkede dele af Kolding.
- › De perifære bydele i Kolding (Sdr. Bjert/Stenderup, Vonsild, Seest, Harte Munkebo, Bramdrup, Nr. Bjert/Strandhuse) dækker forstæderne i Kolding.
- › Centerbyerne uden for Kolding (Vamdrup, Lunderskov, Christiansfeld og Almind/Viuf/Vester Nebel) dækker over de øvrige byer i Kolding Kommune.

Oplandet omkring den **centrale bydel** i Kolding består af de helt centrale dele af byen, herunder bymidten og området inden for de indre ringveje. De ca. 6.100 personer i området har et årligt forbrug i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 270 mio. kr., og butikkerne har en årlig omsætning på i størrelsesordenen 740 mio. kr. Det svarer til et handelsoverskud på ca. 470 mio. kr. i 2013. Det betydelige overskud skal ses i sammenhæng med, at borgere fra hele kommunen handler i butikker i bymidten. Dækningsgraderne er faldet for alle brancher i bymidten. I 2006 var forbruget stort set tilsvarende niveauet i 2013, men omsætningen er reduceret med i størrelsesordenen 230 mio. kr. svarende til knap 25 %. Bymidten står således markant svagere end i 2007 men er stadig et betydningsfuldt handelcenter i kommunen.

Den **nordlige bydel** i Kolding har Kolding Storcenter som det største udbudspunkt. De ca. 6.800 personer, der bor i den nordlige bydel, har et årligt forbrug i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 300 mio. kr. Områdets butikker omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 2 mia. kr. hvilket skaber et handelsoverskud på ca. 1,7 mia. kr. Tallene viser Kolding Storcenters rolle som regionalt handelscenter med en betydelig oplandseffekt. Handelsoverskuddet er fordelt på ca. 400 mio. kr. for dagligvarer, ca. 475 mio. kr. for beklædning og ca. 825 mio. kr. for øvrige udvalgsvarer. Dækningsgraden for dagligvarer er stort set på niveau med 2007, mens dækningsgraden for udvalgsvarer er faldet en anelse. Det skal ses i sammenhæng med, at udvalgswareomsætningen i den nordlige bydel er i størrelsesordenen 300 mio. kr. lavere end i 2007.

Oplandet i den **sydlige bydel** består har ca. 9.600 indbyggere. I 2013 havde borgerne tilsammen et forbrug i de fysiske butikker på ca. 420 mio. kr. Butikkerne i den sydlige bydel omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 380 mio. kr. Der er dermed et mindre underskud mellem borgernes forbrug og butikkernes omsætning. Områdets samlede dækningsgrad på 91 er på niveau med 2007, hvor den også blev beregnet til 91. Dækningsgraden i den sydlige bydel svarer til niveauet fra 2007. Butiksudbuddet er

løbende blevet udviklet i den sydlige bydel med bl.a. Lidl og Bygma, der blev etableret ved Mosevej i 2009.

Harte Munkebo er en bydel i den nordvestlige del af Kolding. Dagligvarehandlen består af et LIVA supermarked foruden en række mindre dagligvarebutikker, herunder flere tankstationer, kiosker mv. De seneste ca. 10 år er der udviklet et område med store udvalgsvarebutikker ved Albuen. Området har i dag flere køkkenbutikker, boligbureauer, dyrehandlere mv. De ca. 5.500 personer i Harte Munkebo havde i 2013 et samlet forbrug på ca. 240 mio. kr. og butikkerne omsatte for ca. 470 mio. kr. i 2013, hvilket er ca. 50 mio. kr. lavere end i 2007. Reduktionen skyldes hovedsageligt et fald i dagligvareomsætningen i Harte Munkebo. Antallet af dagligvarebutikker svarer til niveauet fra 2007, men der er sket et mindre fald i omsætningen i dagligvarebutikkerne. Faldet kan delvist tilskrives lukkeloven. De mange kiosker, tankstationer mv. havde tidligere monopol på at holde længe åbent, men efter liberalisering af lukkeloven i 2012 er en del af kiosksomsætningen overgået til særligt discountbutikkerne. Der er ingen discountbutikker i Harte Munkebo.

Vonsild er et af de byområder i Kolding, der oplever den største vækst i antal nye indbyggere, butikker mv. Eksempelvis åbnede Føtex i 2013. De ca. 2.800 personer i Vonsild havde i 2013 et forbrug på ca. 125 mio. kr. og butikkerne omsatte for i størrelsesordenen 280 mio. kr. Handelsoverskuddet på ca. 155 mio. kr. skal ses i sammenhæng med, at mange butikker i Vonsild appellerer til et større opland, herunder Føtex, Stark og Jem&Fix. Føtex er årsagen til, at dækningsgraden i Vonsild er steget fra 123 i 2007 til 224 i dag.

Bramdrup har et opland med i alt ca. 5.200 personer. Borgerne havde i 2013 et årligt forbrug på i størrelsesordenen 230 mio. kr., og butikkerne omsatte for ca. 170 mio. kr. Siden 2007 er der kommet flere butikker i Bramdrup. Netto åbnede en ny butik ved Vejlevej i 2013, og omsætningen i de øvrige dagligvarebutikker i Bramdrup er samlet set steget. Udviklingen i dagligvarehandlen er hovedårsagen til, at dækningsgraden er steget i Bramdrup. I 2007 blev dækningsgraden beregnet til 49. I dag er den steget til 72. Udvalgsvarehandlen i Bramdrup er stadig begrænset.

Seest er på samme måde som Vonsild og Bramdrup en forstad til Kolding, der efterhånden er vokset sammen med Kolding og de øvrige forstæder. De ca. 5.900 personer i oplandet omkring Seest havde i 2013 et forbrug i butikkerne på ca. 260 mio. kr., mens butikkerne i området omsatte for i størrelsesordenen 100 mio. kr. Dækningsgraden er fastholdt fra 42 i 2007 til 40 i 2013, hvilket skal ses i sammenhæng med tilflytning til området og etablering af en ny Netto..

Oplandet omkring **Fynsvej, Ndr. Bjert og Strandhus** i den nordøstlige del af kommunen har ca. 9.500 borgere, der i 2013 havde en samlet omsætning på i størrelsesordenen 420 mio. kr. Butikkerne i området omsatte i 2013 for ca. 190 mio. kr., og dermed var der et handelsunderskud på ca. 230 mio. kr. Området i den nordøstlige del af Kolding har ligesom de fleste andre forstadsområder udviklet sig løbende med nye discountbutikker. Eksempelvis åbnede Fakta en ny butik på Fynsvej i 2013, og Kiwi åbnede en butik i Nr. Bjert i 2011. Dækningsgraden er tilsvarende steget fra 16 i 2007 til 46 i dag.

Brandkær, Tved og Dalby ligger i den sydøstlige del af Kolding, og oplandet har ca. 8.800 indbyggere. I 2013 havde borgerne et samlet forbrug på ca. 390 mio. kr. og butikkerne omsatte for under 100 mio. kr. Området har stort set ikke udviklet sig med detailhandel i perioden 2007-2014.

Almind, Viuf og Vester Nebel udgør den nordligste del af kommunen. De ca. 4.900 personer i oplandet havde i 2013 et forbrug på ca. 215 mio. kr. Detailhandlen i den nordligste del af kommunen består kun af lokale butikker, og der er ikke kommet nye butikker siden 2007. Dækningsgraden er stadig på samme lave niveau som i 2007.

Sdr. Bjert og Sdr. Stenderup ligger sydøst for Kolding og har ca. 3.400 indbyggere med et samlet forbrug i 2013 på ca. 150 mio. kr. På samme måde som flere øvrige områder i udkanten af Kolding har dækningsgraderne stort set ikke udviklet sig siden 2007.

Vamdrup er den næststørste by i Kolding Kommune. Oplandet omkring Vamdrup har ca. 7.600 indbyggere, der i 2013 brugte ca. 335 mio. kr. i detailhandlens fysiske butikker. Vamdrup ligger tæt ved både Kolding og Vejen og har kun et begrænset opland uden for byen. Dagligvarehandlen i Vamdrup udgjorde i 2013 ca. 150 mio. kr. svarende til en dækningsgrad på 75 %. Dækningsgraden på 79 for dagligvarer viser, at Vamdrup-borgerne lægger ca. 20 % af dagligvareforbruget i butikker uden for Vamdrup. Der var stort set balance i dagligvarehandlene i 2007. Dækningsgraden for dagligvarer og udvalgsvarer under ét i Vamdrup er faldet fra 70 i 2007 til 60 i dag.

Christiansfeld ligger midt mellem Kolding og Haderslev og har et eget opland. Der bor ca. 8.000 personer i oplandet til Christiansfeld. Selvom byen kun er ca. halvt så stor som Vamdrup betyder oplandets udstrækning, at detailhandlen i Christiansfeld er på niveau med Vamdrup. Dækningsgraden på 97 for dagligvarer viser, at der er balance mellem borgerne dagligvareforbrug og dagligvarebutikkernes omsætning. Dækningsgraderne for dagligvarer og udvalgsvarer under ét i Christiansfeld blev i 2007 beregnet til 58, og i dag er den 59.

DÆKNINGSGRAD, HOVEDOPLANDE, 2013					
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV. VARER	I ALT	HANDELS-OVERSKUD (MIO. KR.)
CENTRALE BYDEL	175	623	324	275	470
NORDLIGE BYDEL	388	1349	994	688	1.750
HARTE MUNKEBO	90	-	481	196	230
SYDLIGE BYDEL	111	-	89	91	-40
VONSILD	204	77	322	224	150
FYNSVEJ, NR. BJERT, STRANDHUSE	68	-	-	46	-230
ALMIND, VIUF, VESTER NEBEL	-	-	-	-	-290
BRAMDRUP	112	-	-	72	-65
SEEST	68	-	-	-	-
SDR. BJERT, SDR. STENDERUP	53	-	-	30	-105
BRÆNDKÆR, DALBY, TVED	-	-	-	24	-290
LUNDERSKOV	60	-	-	35	-170
VAMDRUP	79	27	37	60	-135
CHRISTIANSFELD	97	-	-	35	-140
I ALT	110	149	153	128	1.095
2006	112	176	152	132	1.295

DÆKNINGSGRADERNE ER ANONYMISEREDE, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE BUTIKKER I KATEGORIEN.
 DÆKNINGSGRADERNE UDTRYKKER HANDELSBALANCEN FOR DET ENKELTE OPLAND.

Lunderskov ligger midt mellem Kolding og Vejen ligesom Vamdrup, og byen har derfor også et begrænset opland. Der bor ca. 5.900 personer i området. Med en dækningsgrad for dagligvarer på 60 er Lunderskov den centerby uden for Kolding, der har den svageste dagligvarehandel. Den samlede dækningsgrad på 31 i 2007 svarer til dækningsgraden i dag, som er beregnet til 35.

LOKALE OPLANDE TIL CENTEROMRÅDERNE

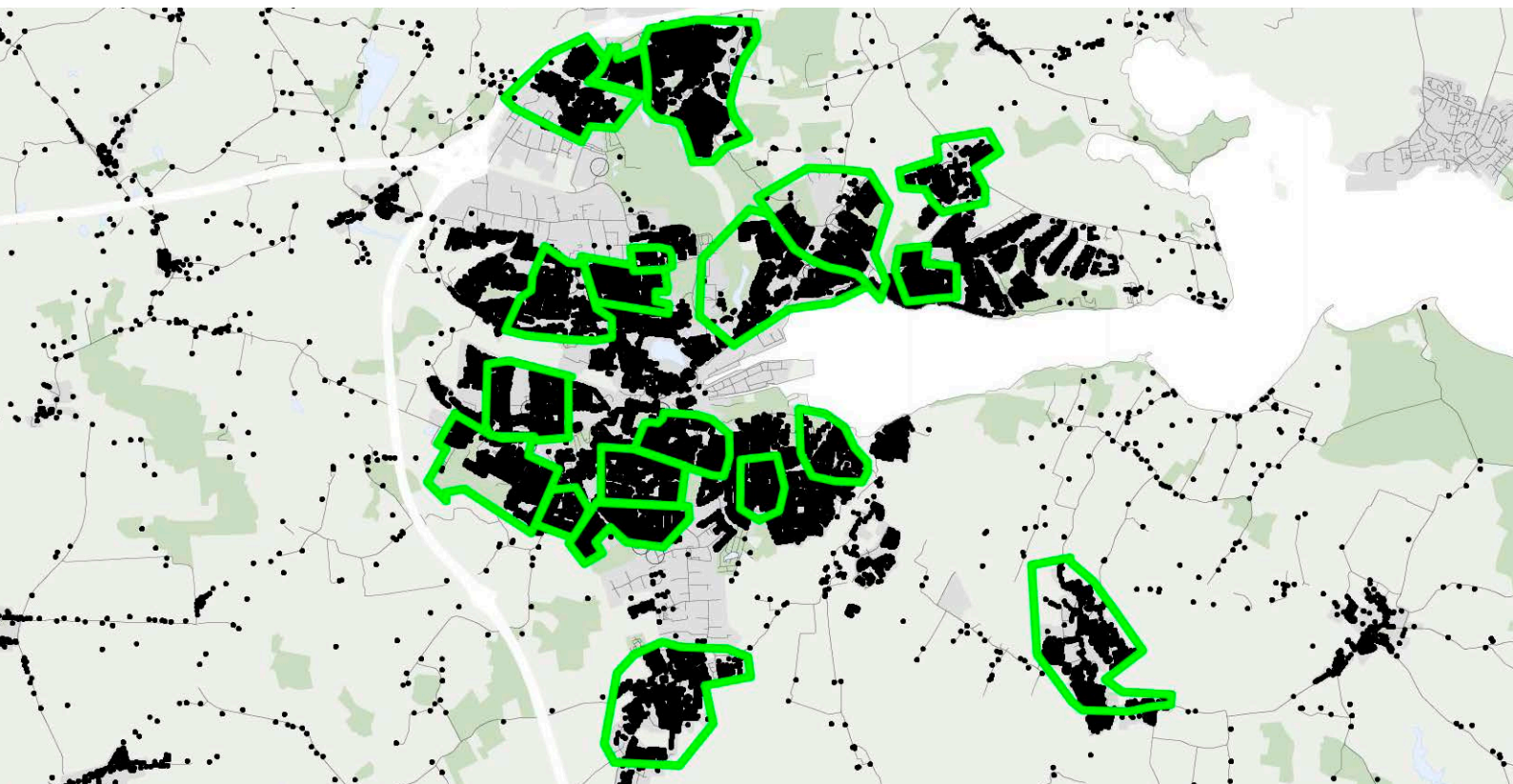
Dækningsgraderne er beregnet for de oplande, som tilsammen dækker hele Kolding Kommune. Oplandene er fastsat på baggrund af tidligere kommunegrænser, infrastruktur og andre grænser og kan i højere grad betragtes som administrative og planlægningsmæssige grænser end faktiske oplande til byernes og bydelenes detailhandel.

For mere præcist at afspejle oplandene til de forskellige centerområder er der foretaget en analyse af sammenhængen mellem de lokale dagligvarebutikkernes omsætning og borgernes dagligvareforbrug. Eksempelvis svarer en dagligvarebutik med en årlig omsætning på 40 mio. kr. til det årlige dagligvareforbrug fra ca. 1.600 borgere. Det antages, at kunderne i den lokale butik hovedsageligt er kunder fra det lokale opland. Ved at danne et lokalt opland til hvert område med lokale dagligvarebutikker skabes et samlet kort, der viser dækningen med lokale dagligvarebutikker i Kolding Kommune. Kortet om lokale oplande afspejler omsætningen og forbruget for 2013. Oplandene er dannet ved et matche dagligvarebutikkernes omsætning med forbruget i det lokale opland. De grønne aftegninger markerer de områder, hvor der er 100 % match mellem dagligvareomsætning og dagligvareforbrug.

Bymidten, Bilka og området med Føtex i Vonsild er ikke med i analysen. Områderne tiltrækker både kunder fra hele Kolding Kommune og fra et stort regionalt opland uden for kommunegrænsen.

Nogle af de nyere butikker havde i 2013 et begrænset opland. På sigt vil de sandsynligvis erobre kunder fra de nærmeste butikker. Eksempelvis vil Netto i den nordlige del af Vejlevej sandsynligvis erobre markedsandele fra de andre lokale butikker i området og derved udvide afgrænsningen.

Kortet viser, at borgerne i Kolding er godt dækket med dagligvarer. Der er enkelte områder i den vestlige, østlige og sydøstlige del, som ikke er så godt dækket som de øvrige dele af byen. Butikkerne i bymidten, Bilka og Føtex har kunder fra hele Kolding Kommune.



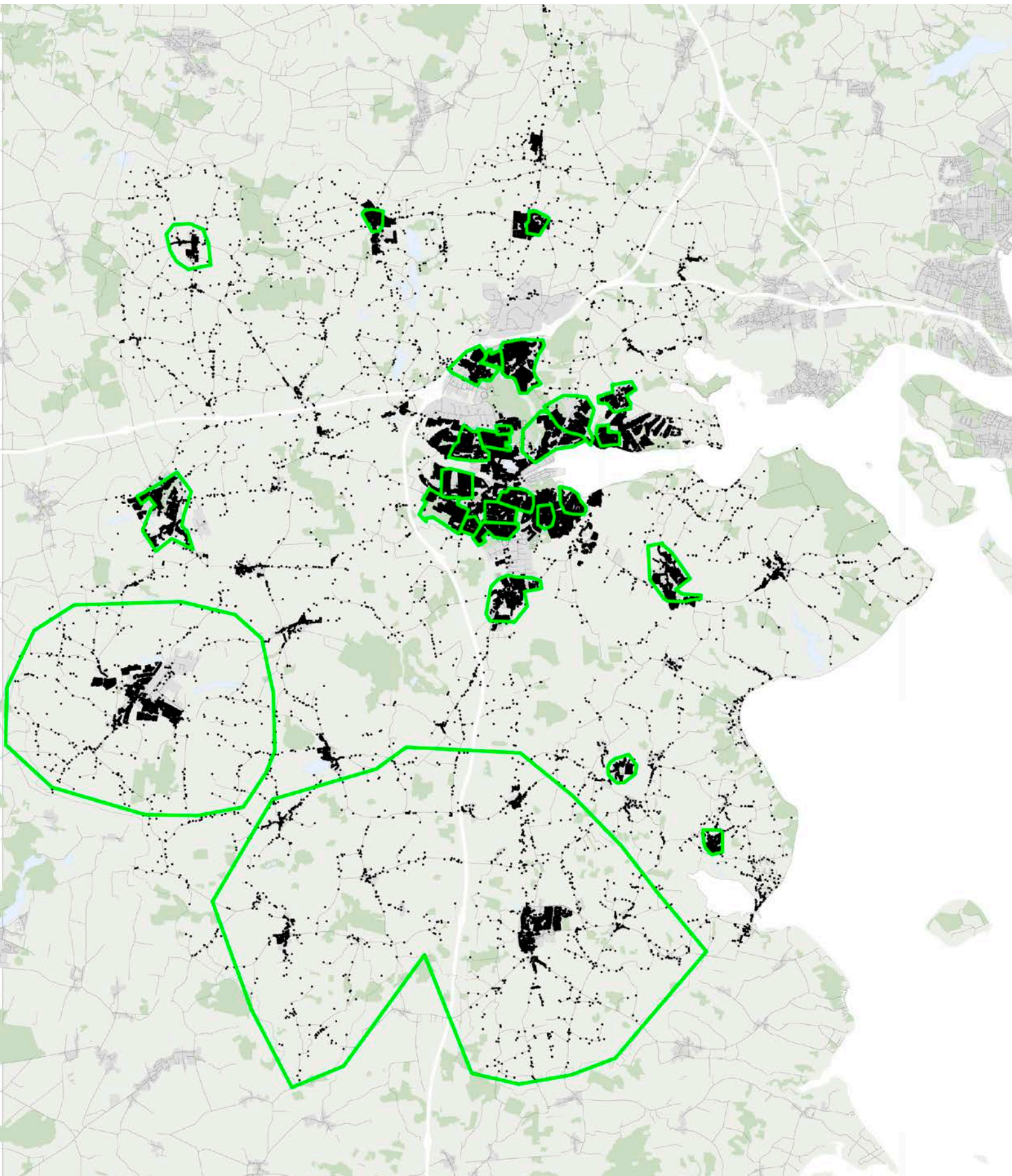
/Hovedoplande i Kolding Kommune.

Den grønne ramme viser det opland, hvor der er balance mellem borgernes årlige forbrug på dagligvarer og omsætningen i områdets dagligvarebutikker.

De sorte prikker viser befolkningstætheden.

Kolding bymidte, Bilka og Føtex er ikke medtaget i analysen, da de alle har kunder fra hele Kolding Kommune og fra et større opland uden for kommunen.

Christiansfeld har sandsynligvis også et opland fra Haderslev Kommune, som ikke er medregnet her.

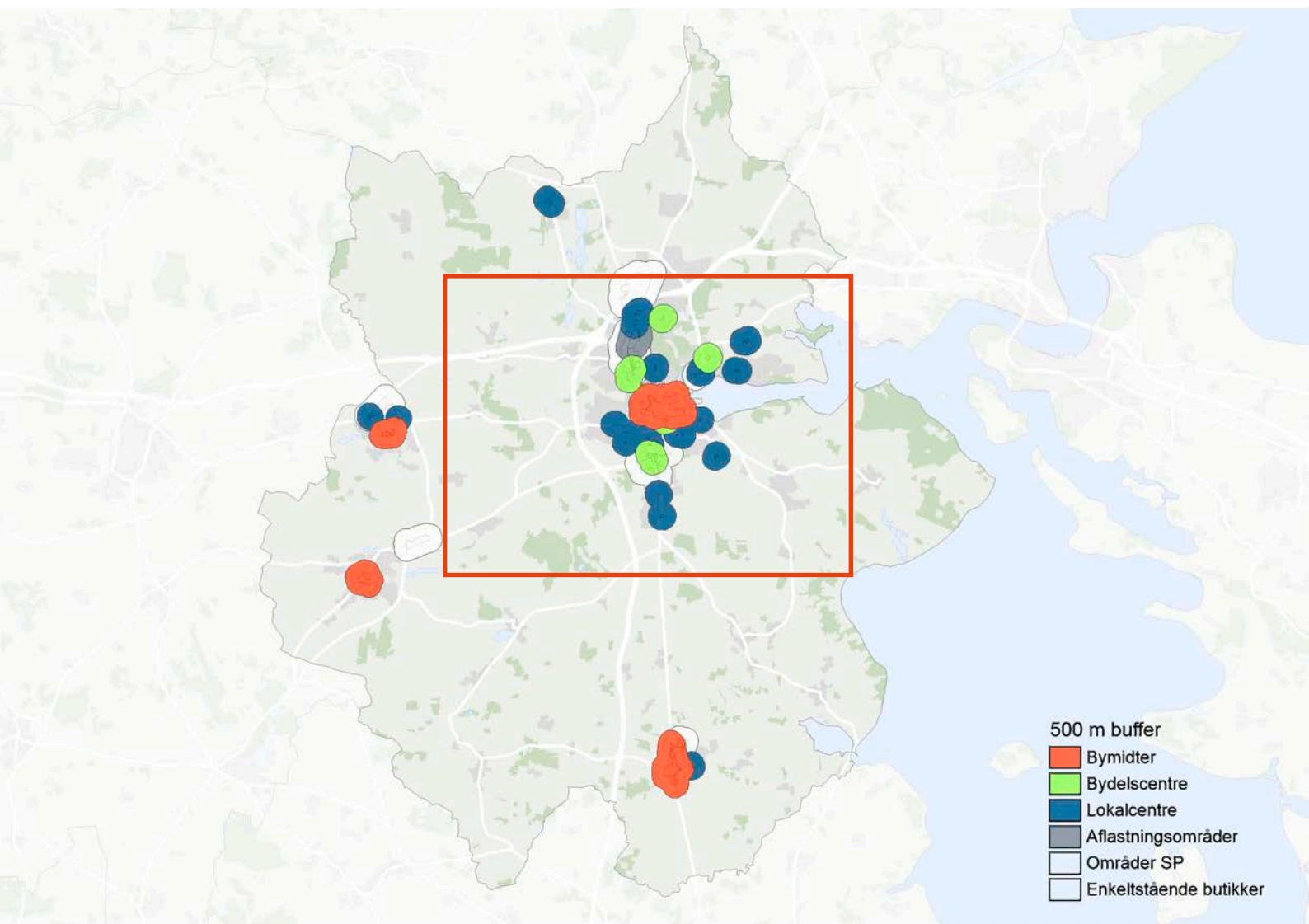


Kortet viser også, at de store centerbyer, Vamdrup, Christiansfeld og Lunderskov er godt dækket med dagligvarer. Særligt Vamdrup og Christiansfeld har et betydeligt opland uden for byen. Det er sandsynligt, at oplandet til Vamdrup og Christiansfeld og så strækker sig ud over kommunegrænsen. I de fleste af de mindre lokale byer er der balance mellem omsætningen og borgernes forbrug. I Almind og Vester Nebel i den nordlige del af kommunen har borgerne et betydeligt større dagligvareforbrug end omsætningen i byens dagligvarebutik.

CENTERSTRUKTUR OG 500 M BUFFER

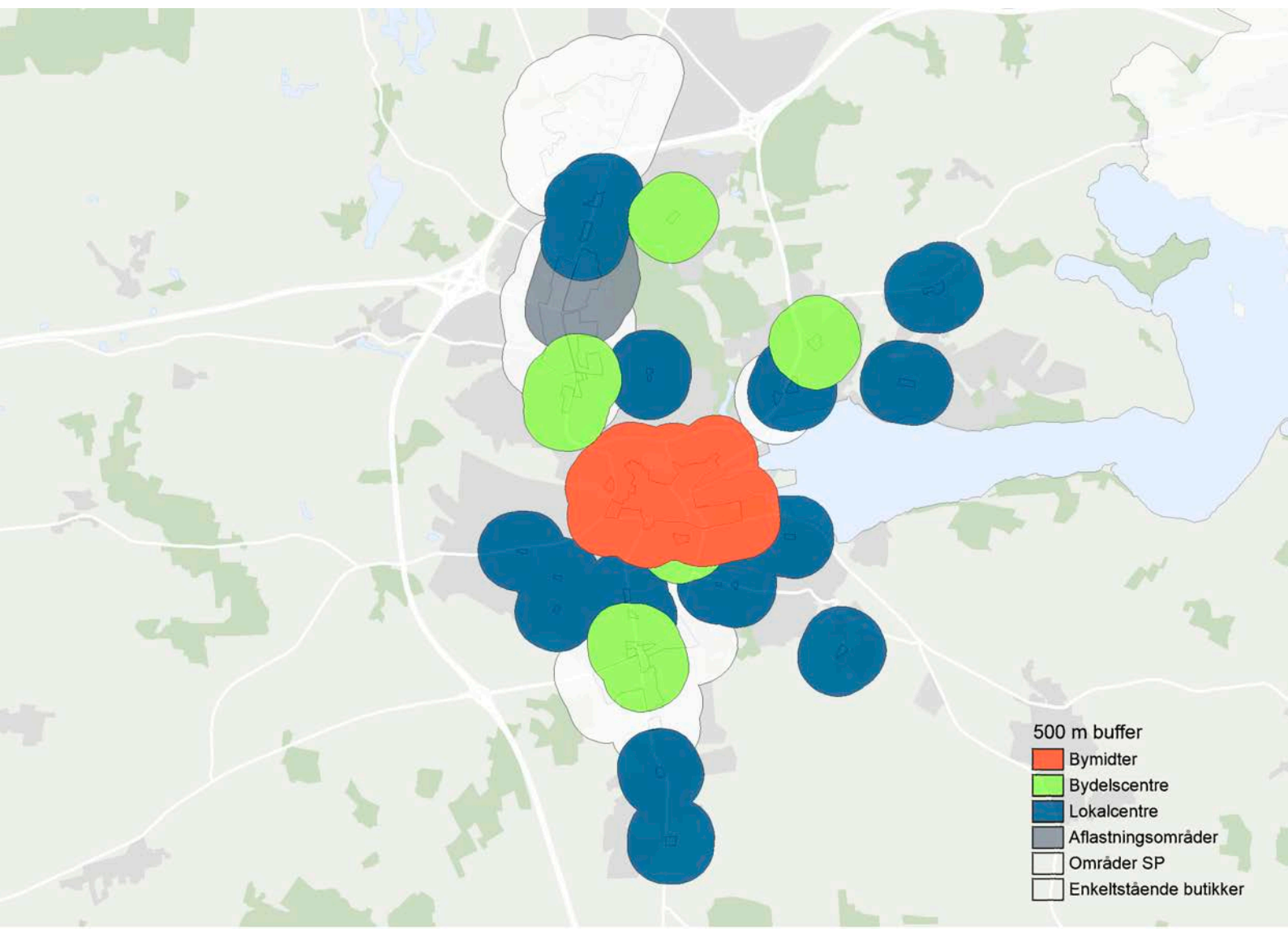
Gode dagligvarebutikker med et stort sortiment og med god tilgængelighed kan øge attraktiviteten af et boligområde. Kommunen kan udpege bydelscentre, lokalcentre mv men der kan også være behov for etablering af enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning. Ifølge planloven kan enkeltstående butikker som udgangspunkt kun etableres i en afstand på mindst 500 m fra andre butikker og områder, der er udlagt til detailhandel i kommuneplanen.

På baggrund af Kolding Kommunes centerstruktur og kortlægningen af butikker er der udarbejdet bufferzoner på 500 m omkring centerområderne samt enkeltstående butikker. Kortene viser, hvor der som udgangspunkt kan placeres nye enkeltstående butikker. Uden for 500 m zonerne vil enkeltstående dagligvarebutikker normalt kunne



overholde planlovens krav, men det vil typisk kræve en planændring, ligesom der kan være trafikale udfordringer og andre begrænsninger.

Kortene viser, at Kolding Kommune har en god dækning med centerområder. Der er kun få steder, hvor det er muligt at placere enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning. I takt med boligudbygningen i og omkring Kolding by kan der være behov for nye dagligvarebutikker nær boligområderne. Særligt i den vestlige, østlige og nordlige del af Kolding kan der på sigt være behov for af nye dagligvarebutikker.





FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV

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

FORBRUGSUDVIKLING OG FREMTIDIGT AREALBEHOV

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

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

Det forudsættes desuden, at omsætningen pr. m² er konstant i perioden 2014-2026.



AREALINTENSITET, OMSÆTNING PR. M²

DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
33.000	23.700	15.100

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

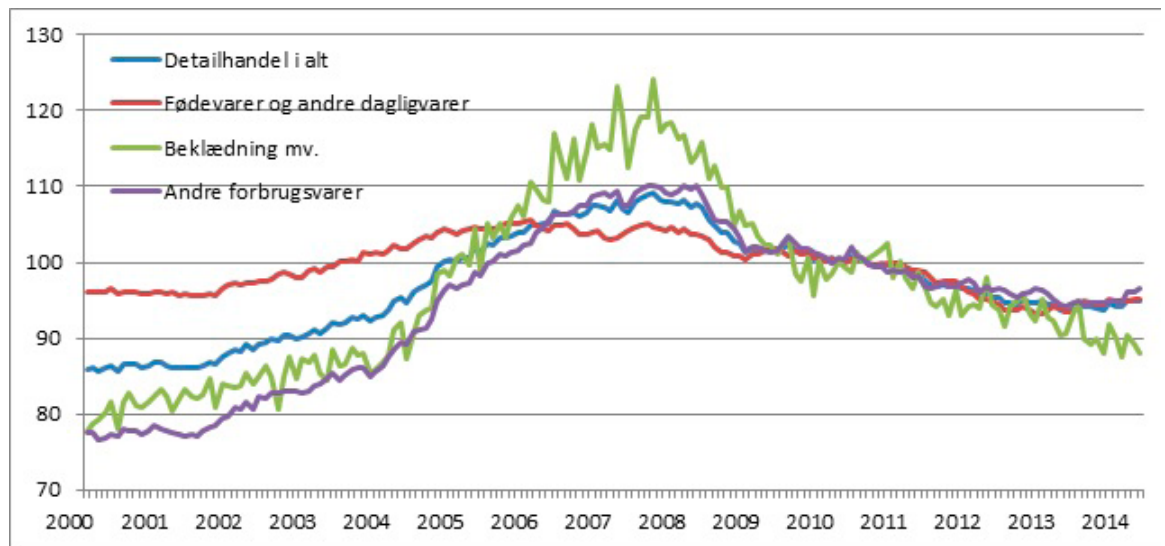
BEFOLKNINGSUDVIKLING

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. Ifølge Kolding Kommunes befolkningsprognose vil der ske en fremgang på ca. 8.000 personer fra 2014 til i 2026. Det svarer til en fremgang på ca. 9 %. Samtidig forventes der større aldersforskydninger i forhold til den nuværende befolkningssammensætning. Der vil være en stigning i antallet af ældre på mere end 65 år. Stigningen i antallet af ældre svarer til den samlede stigning for alle andre befolkningsgrupper. Samlet set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugsgrundlag, der er i størrelsesordenen 350 mio. kr. større i 2026 end det er i dag (2013-priser).

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

UDVIKLING I PRIVATFORBRUGET

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



/Det sæsonkorrigerede mængdeindeks (indeks 100=2010). Mængdeindekset er regnet i faste priser og er et udtryk for den faktiske udvikling i dansk detailhandel.

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. De kommende år må det forventes, at forbrugsudviklingen vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvornår de økonomiske konjunkturer vender. På den baggrund er det i minimumssceneriet forudsat, at forbruget stort set ikke stiger frem til 2026, hvilket i store træk svarer til, at stagnationen i forbruget de seneste år vil fortsætte i mange år endnu.

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

INTERNETHANDEL

Internethandlen vinder frem. Siden 2009 er omsætningen i internethandlen steget med ca. 15 % om året og vurderes i dag at udgøre i størrelsesordenen 10 % af det samlede privatforbrug ekskl. boligudgifter. Internethandlen forventes at fortsætte væksten de kommende år. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på internettet. Hvis væksten primært sker i rene internetbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butiksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder. Sker omsætningen derimod som et supplement til omsætningen i den fysiske butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til øge behovet for butiksareal eller kan medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker. Overordnet set forventes internethandlen at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen.

I de to scenarier forudsættes det, at internethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at internethandlen vil vokse kraftigt. Eksempelvis forventes den at dække ca. 35 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026. I maksimumssceneriet forventes internethandlen at vokse mere beskedent og vil eksempelvis kun dække ca. 25 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026.

UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVER FOR OMVERDENEN

Dagligvarer købes i højere grad lokalt og tæt på bopælen, hvorimod udvalgsvarer i højere grad købes i de større byer, i centre eller via internettet. Dækningsgraden for dagligvarer forventes frem mod 2026 at ligge på stort set samme niveau som i 2013.

I minimumsscenariet forudsættes det, at Kolding Kommunes andele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer vil forblive på det nuværende niveau.

I maksimumsscenariet forudsættes det, at dækningsgraden for dagligvarer fastholdes på det nuværende niveau, mens dækningsgraden for beklædning og øvrige udvalgsvarer forudsættes at stige med hhv. 10 og 5 procentpoint som følge af en udvikling af butiksubuddet at Kolding Kommune. Dækningsgraderne for Kolding Kommune har generelt et stabilt niveau og det er vanskeligt at forestille sig at dækningsgraderne kan stige meget mere. Mulighederne for at hente omsætning i større omfang fra de mindre byer i oplandet er begrænsede, og konkurrencen mellem de større byer er forstærket.

SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2026

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Kolding Kommune. De to scenarier beskriver som nævnt to yderpunkter for arealbehovet i 2026.

MINIMUM AREALBEHOV

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

- › at den økonomiske krise fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke får flere penge til privatforbrug, end de har i dag,
- › at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2026,
- › at dækningsgraderne forbliver på det nuværende niveau,
- › at indbyggertallet stiger med ca. 8.000 personer i perioden 2014-2026.

Det svarer til, at omsætningen i 2026 vil kunne ske på et areal, der er stort set lige så stort som i dag. Arealudviklingen dækker over et behov for mindst 5.000 m² til dagligvarebutikker, mindst ca. 1.000 m² til beklædningsbutikker og ca. 6.000 m² færre til butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer.

MAKSIMUM AREALBEHOV

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

- › at forbruget igen vil vokse og i 2026 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- › at væksten i internethandlen bliver mindre markant og i mindre grad vil tage andele fra de fysiske butikker,
- › at dækningsgraderne stiger,
- › at indbyggertallet stiger med ca. 8.000 personer i perioden 2014-2026.

Maksimumsscenariet indebærer, at der vil blive behov for udvidelse af butiksarealet med i størrelsesordenen 48.000 m². Arealet i maksimumsscenariet er fordelt på ca. 10.000

m² til dagligvarebutikker, ca. 10.000 m² til beklædningsbutikker og ca. 28.000 m² til butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer – herunder også møbelbutikker, byggemarker mv.

Samlet set viser beregningerne af forbrugsvæksten i de to scenarier, at den skønnede vækst i forbruget vurderes at blive ganske forskellig. Omregnet direkte til butiksareal svarer befolkningsudviklingen til 9.000 m² til dagligvarebutikker og ca. 9.000 m² til udvalgsvarebutikker. På den anden side slår små forskelle i forudsætningerne om forbrug og internethandel stærkt igennem.

Det skal understreges, at vurderingen af arealbehovet i de to fremskrivninger ikke tager højde for, at en del af den skønnede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker ved en højere omsætning pr. m² og derved ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat forventes der at være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte butikken for at opnå et tidssvarende butiks-koncept og -indretning. Der kan således opstå situationer, hvor der vil være behov for nyt butiksareal på trods af, at der ikke er sket en egentlig vækst i omsætningen, men som følge af en omfordeling af forbruget, eller som følge af, at lejemålene ikke er tidssvarende.

MINIMUM AREALBEHOV

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	110 (0)	149 (0)	153 (0)
FORBRUGSVÆKST	3 %	10 %	10 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	6 %	25 %	35 %
AREALBEHOV: 0 M ²			


MAKSIMUM AREALBEHOV

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	110 (0)	159 (+10)	158 (+5)
FORBRUGSVÆKST	7 %	25 %	12 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	2 %	12 %	16 %
AREALBEHOV: 48.000 M ²			

GENNEMSNITLIGT AREALBEHOV 2014-2026

DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
7.500 M ²	4.500 M ²	8.000 M ²
AREALBEHOV: 20.000 M ²		

ELGIGANTEN 

expert 

punkt₁



thansen.dk

AUTO
CENTRALEN
COM

75 50 12 00



HARALD NYBORG

TOYS
R
US

JYSK


BabySam

OPLANDSANALYSE

Formålet med oplandsanalysen er at kortlægge indbyggernes indkøbsmønstre og årsagerne til, at de i nogle situationer handler i Kolding bymidte, mens de i andre tilfælde foretrækker at handle uden for bymidten eller i konkurrerende byer uden for Kolding Kommune. Oplandsanalysen bygger på 300 interviews med tilfældigt udvalgte husstande og giver en indikation af handelsmønstrene i Kolding Kommune.

INDKØBSMØNSTER - DAGLIGVARER

Erfaringsmæssigt købes dagligvarer tæt på bopælen, fordi dagligvareindkøb typisk foretrækkes foretaget så hurtigt og effektivt som muligt. Tendensen gør sig også gældende i Kolding Kommune, hvor langt størstedelen af indbyggerne i Kolding by handler hovedparten af deres dagligvarer i Kolding. Cirka hver tredje af de adspurgte i Kolding by foretager over 75 % af deres dagligvareindkøb i Kolding.

Blandt de adspurgte bosat i Kolding foretager størstedelen deres dagligvareindkøb uden for bymidten. Halvdelen af de adspurgte i Kolding foretager mere end 75 % af deres dagligvareindkøb i Kolding by i øvrigt. Ca. 15 % af de adspurgte foretager mere end 75 % af dagligvareindkøb i bymidten.

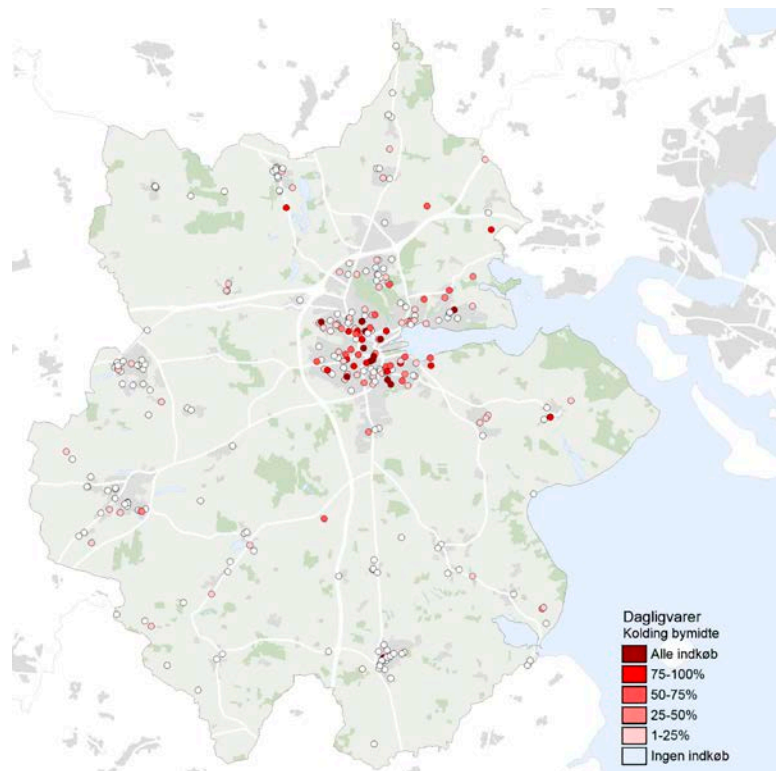
Indbyggerne uden for Kolding by handler i højere grad dagligvarer i en lokal dagligvarebutik og til dels i Kolding by i øvrigt, hvilket vil sige uden for Kolding bymidte. Her må Kolding Storventer antages at udgøre et væsentligt bidrag. Andelen af borgere med bopæl uden for Kolding by, der foretager mere end halvdelen af deres dagligvarekøb i Kolding er under 5 %. Indkøb af dagligvarer i nabokommunerne forekommer kun i meget begrænset omfang.

Oplandsanalysen understreger, at dagligvarer i høj grad handles lokalt. Det er stort set kun borgere med bopæl i Kolding, der handler en betydelig del af dagligvarerne

/Hvor stor en del af dine dagligvareindkøb foretager du i Kolding bymidte?

BAG OM ANALYSEN	
DELTAGERNES FORDELING PÅ OPRINDELSE	
KOLDING	50 %
VAMDRUP	12 %
CHRISTIANSFELD	10 %
LUNDERSKOV	10 %
EGTVED	5 %
SJØLUND	2 %
HEJLS	2 %
ALMIND	2 %
VIUF	2 %
JORDRUP	2 %
BJERT	2 %
SØNDER STENDERUP	2 %
SOMMERSTED	1 %

Interviewene fordeler sig med 150 interviews i Kolding by og 150 interviews i Kolding Kommune i øvrigt. Analysen blev foretaget i efteråret 2014.



i Kolding bymidte. Både borgere i og uden for Kolding handler en betydelig del af deres dagligvarer andre steder i Kolding by - herunder Kolding Storcenter.

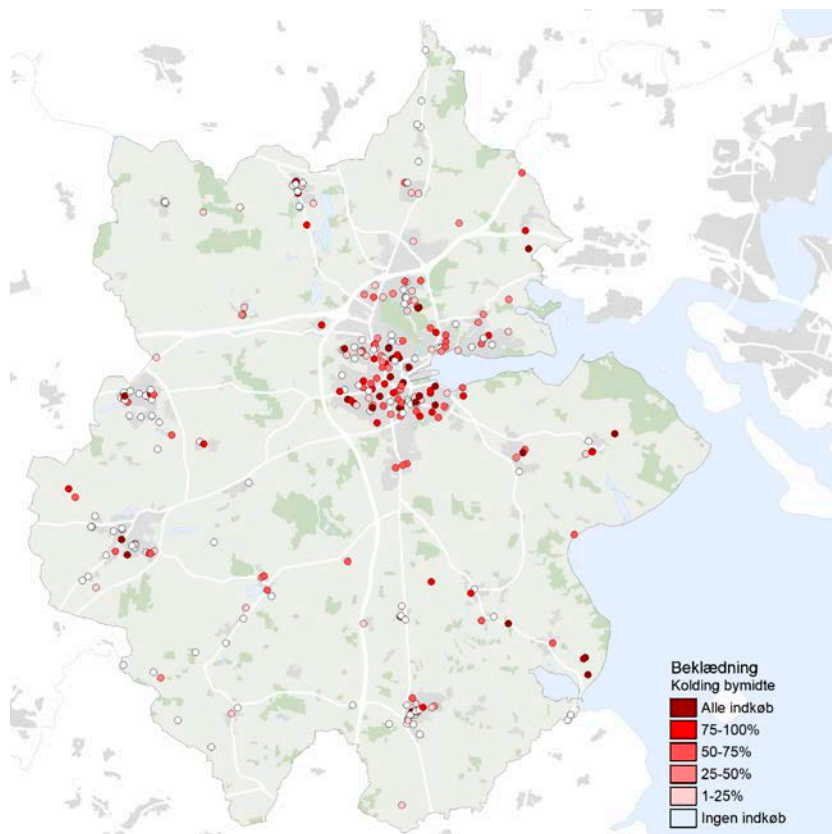
INDKØBSMØNSTER - BEKLÆDNING

Indkøb af beklædning er kendetegnet ved at ske i Kolding. Andelen er størst for beboere i Kolding, men også beboere bosat uden for Kolding by foretager størstedelen af deres indkøb af beklædning i Kolding.

Sammenlignet med indkøb af dagligvarer, så foretages indkøbene af beklædning i større omfang i Kolding bymidte. Særligt beboere i Kolding har en tendens til at benytte bymidten til indkøb af tøj og sko, mens beboere uden for Kolding foretrækker at benytte butikkerne uden for bymidten, f.eks. Kolding Storcenter.

Beklædningsindkøb finder kun i lavt omfang sted i kommunens øvrige byer. Det skal ses i sammenhæng med, at der kun er få tøjbutikker i de øvrige byer. Indkøb af beklædning i nabokommunerne forekommer kun i meget lille omfang. Beklædningsindkøb i kategorien 'Andre' er imidlertid mere markant end for dagligvarer, hvilket kan indikere, at beklædning i større omfang sker f.eks. syd for grænsen, i Aarhus eller på internettet.

/Hvor stor en del af dine indkøb til beklædning foretager du i Kolding bymidte?

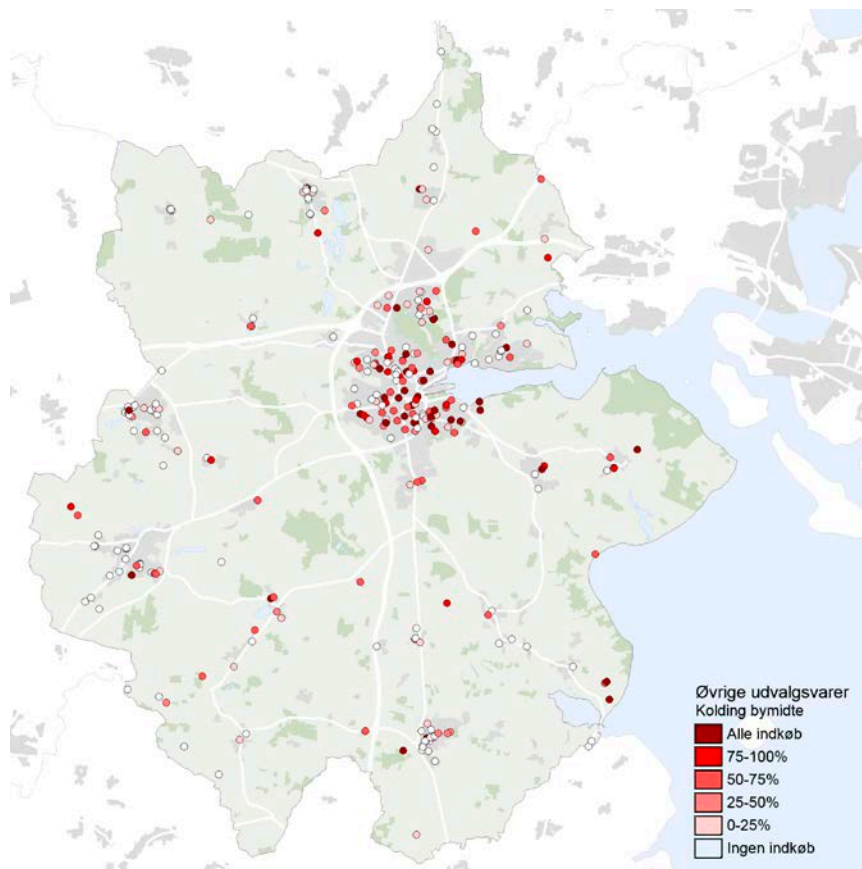


INDKØBSMØNSTER - ØVRIGE UDVALGSVARER

Som det gør sig gældende for beklædningsvarer, så foretages køb af øvrige udvalgsvarer for langt størstedelen af de adspurgte i Kolding by. Der er generelt et billede af, at indkøbsmønsteret af øvrige udvalgsvarer er sammenfaldende med mønsteret for indkøb af beklædning. Indkøb af udvalgsvarer er i stort omfang koncentreret i Kolding. For beboere i Kolding sker indkøbene lidt oftere i bymidten end i den øvrige del af byen, mens det for beboere uden for Kolding forholder sig modsat. 25 % af borgerne uden for Kolding foretager mere end halvdelen af deres indkøb af øvrige udvalgsvarer i Kolding by i øvrigt, dvs. uden for bymidten.

Køb af øvrige udvalgsvarer for beboere bosat uden for Kolding foregår i lidt højere grad end med beklædning lokalt i f.eks. Vamdrup og Christiansfeld uden at dette dog udgør en stor andel.

/Hvor stor en del af dine indkøb af øvrige udvalgsvarer foretager du i Kolding bymidte?

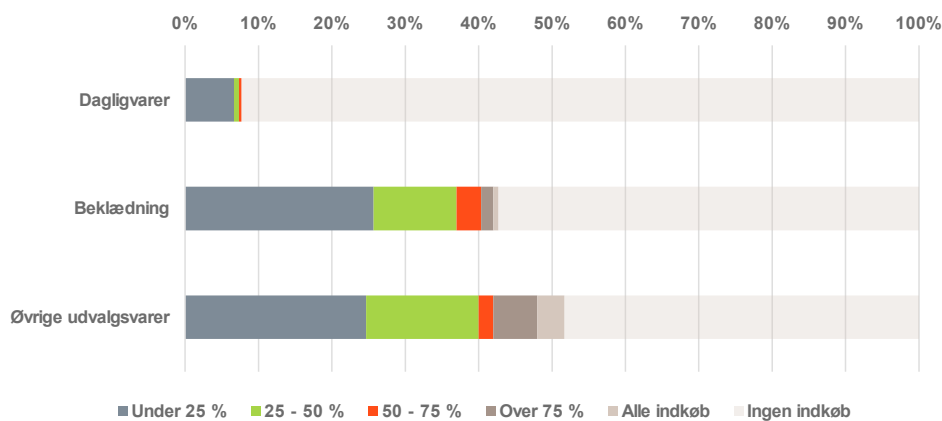


INTERNETHANDEL

Internethandlen har været i markant vækst gennem det seneste årti. Siden 2009 er omsætningen i internethandlen steget med ca. 15 % om året, og udgør i dag ca. 10-15 % af detailhandlen i Danmark eller hvad der svarer til mere end 70 mia. kr. årligt. I dag har ca. 30-50 % af alle butikker egen webshop.

Internethandlen forventes at fortsætte sin vækst de kommende år. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på internettet.

I Kolding Kommune foretager under 10 % af de adspurgte indkøb af dagligvarer på internettet. Ca. 40 % af de adspurgte køber tøj og sko via internettet, og ca 50 % køber øvrige udvalgsvarer i webshops. For øvrige udvalgsvarer handler mere end 10 % af de adspurgte mindst halvdelen af deres indkøb af elektronik, bøger mv. på internettet.



/Hvor stor en del af dine indkøb inden for disse varegrupper foretager du på internettet?

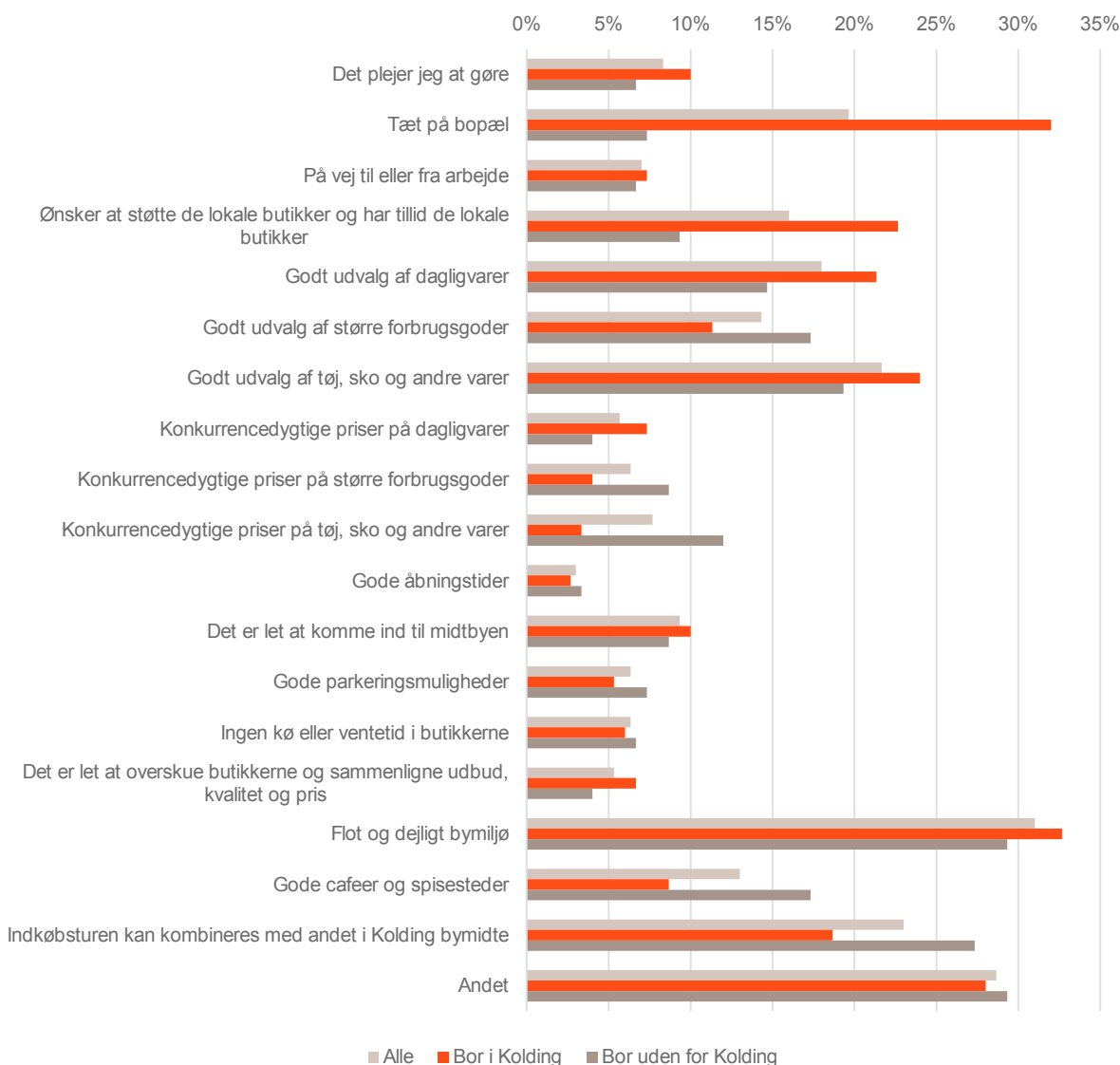
HANDEL I KOLDING BYMIDTE

Interviewpersonerne er blevet spurgt om årsagerne til at vælge eller fravælge Kolding bymidte som handelssted.

Analysen viser, at et flot og dejligt bymiljø er den vigtigste årsag både for beboere i og uden for Kolding til at handle i Kolding bymidte. Vigtigheden af et flot og dejligt bymiljø er mere udtalt i Kolding end i andre tilsvarende byer. For borgere bosat i Kolding by er den korte afstand mellem bopæl og bymidte desuden en afgørende parameter for valget af bymidten til handel. Borgere bosat uden for Kolding by fremhæver foruden bymiljøet også muligheden for at kombinere indkøbsturen med andre formål i bymidten.

Generelt er det for alle adspurgte en prioritet, at bymidten har et godt udvalg af særligt dagligvarer og beklædning. Ønsket om at støtte de lokale butikker er desuden en parameter, der særligt fremhæves for beboere bosat i Kolding by.

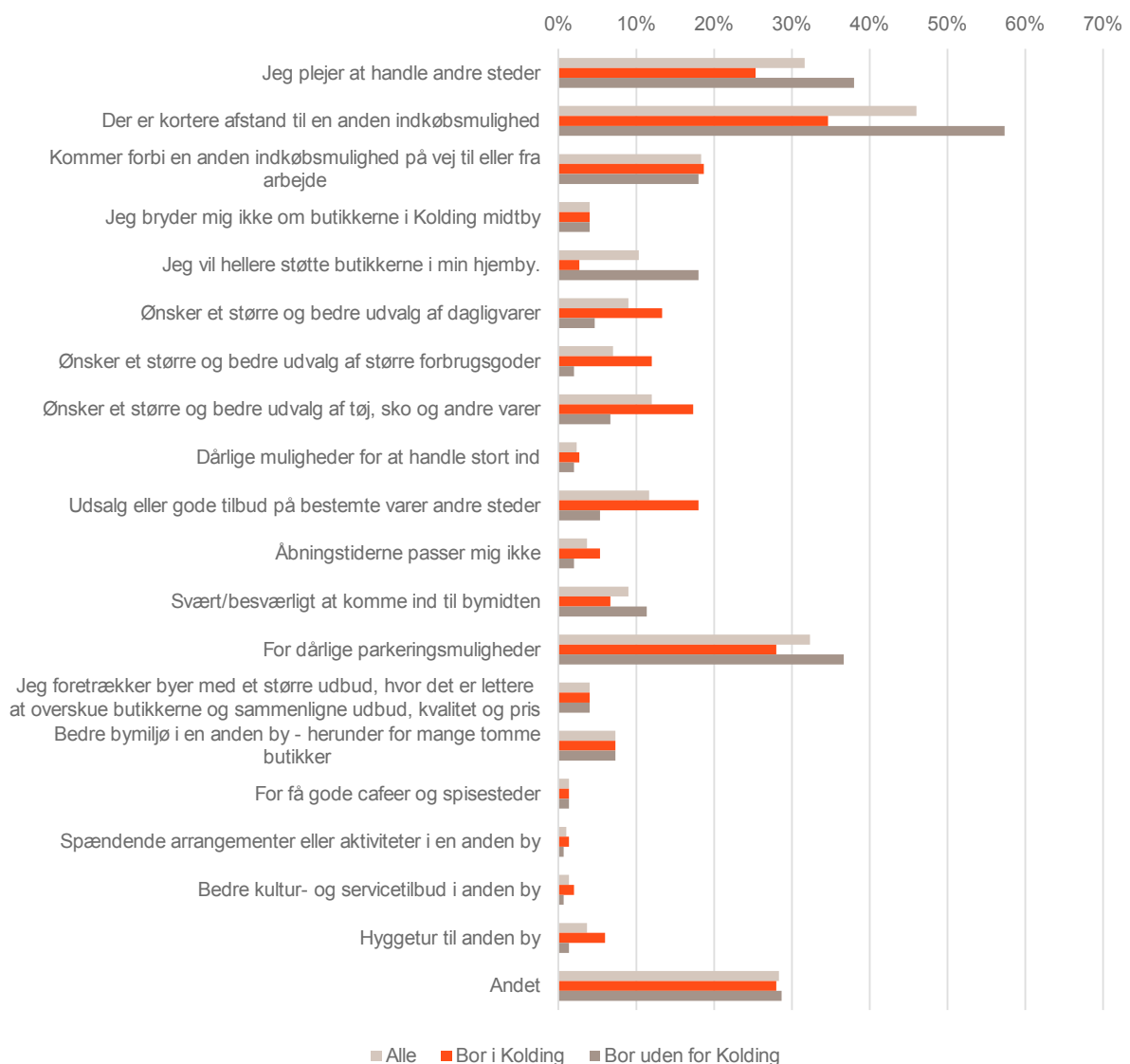
Analysen viser desuden et relativt stort antal besvarelser i kategorien "Andet". Her dækker besvarelserne primært over fire forhold, som gentages af flere respondenter. Disse fire forhold omfatter adgangen til gode specialbutikker, muligheden for frisk luft og vejret generelt, god service i bymidtens butikker samt muligheden for at deltage i torvedage.



/Hvad er de tre vigtigste årsager til, at du vælger at handle i Kolding bymidte?

Årsagerne til at fravælge Kolding bymidte som handelssted skal primært findes i tre overordnede årsager. Kortere afstand til anden indkøbsmulighed er den primære årsag til, at Kolding bymidte fravælges. Afstanden som årsag for fravalg gælder især beboere uden for Kolding by, hvor næsten 60 % angiver afstanden som årsag. Foruden kortere afstand er også faste vaner en væsentlig årsag til, at bymidten fravælges. Mere end hver tredje angiver, at de plejer at handle andre steder end Kolding bymidte. Endelig er parkeringsforholdene i Kolding bymidte en hyppigt angivet årsag til at fravælge handel i bymidten. Mere end hver tredje angiver parkeringsforhold som årsag for fravalget.

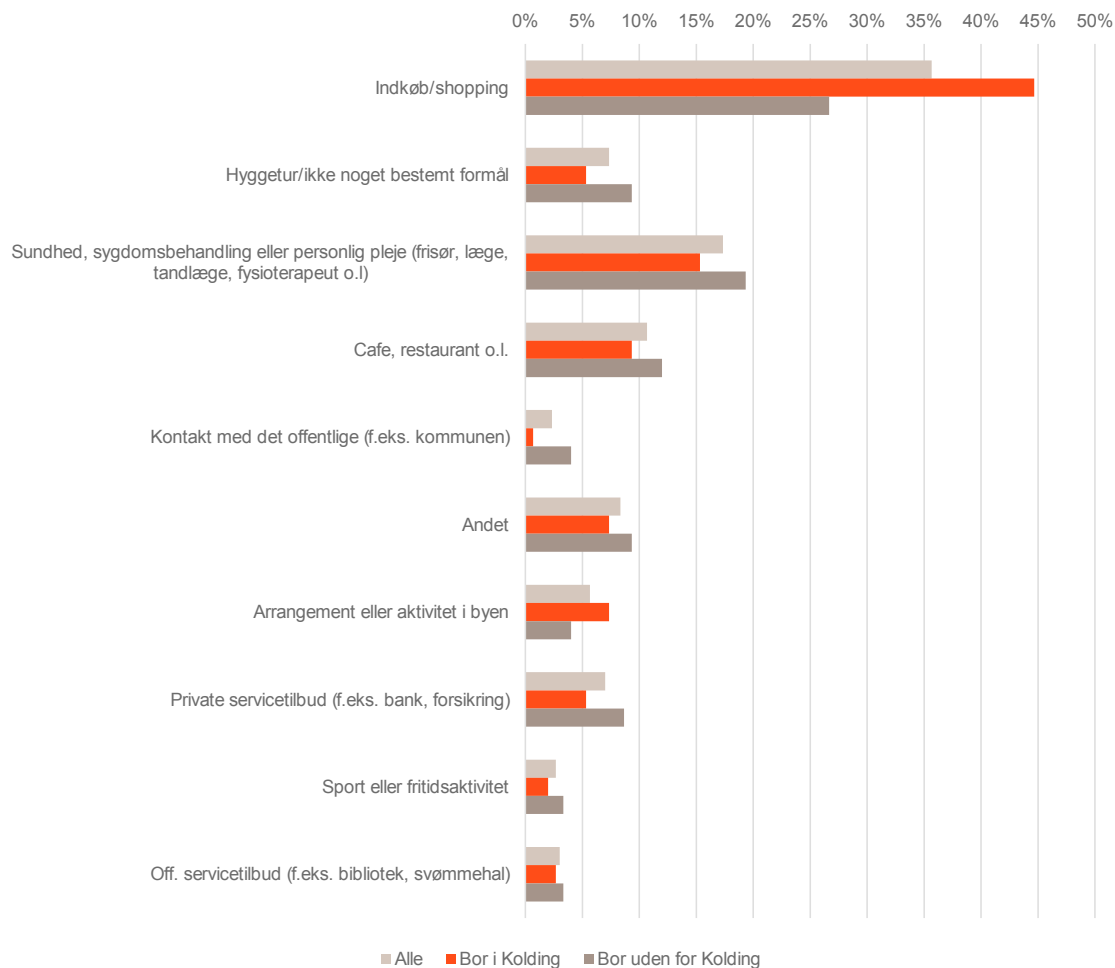
I analysen har ca. 30 % svaret "Andet" som årsag til at fravælge Kolding bymidte som handelssted. Besvarelsene dækker hovedsageligt over årsager som stor



/Hvad er de tre vigtigste årsager til, at du ikke vælger at handle i Kolding bymidte?

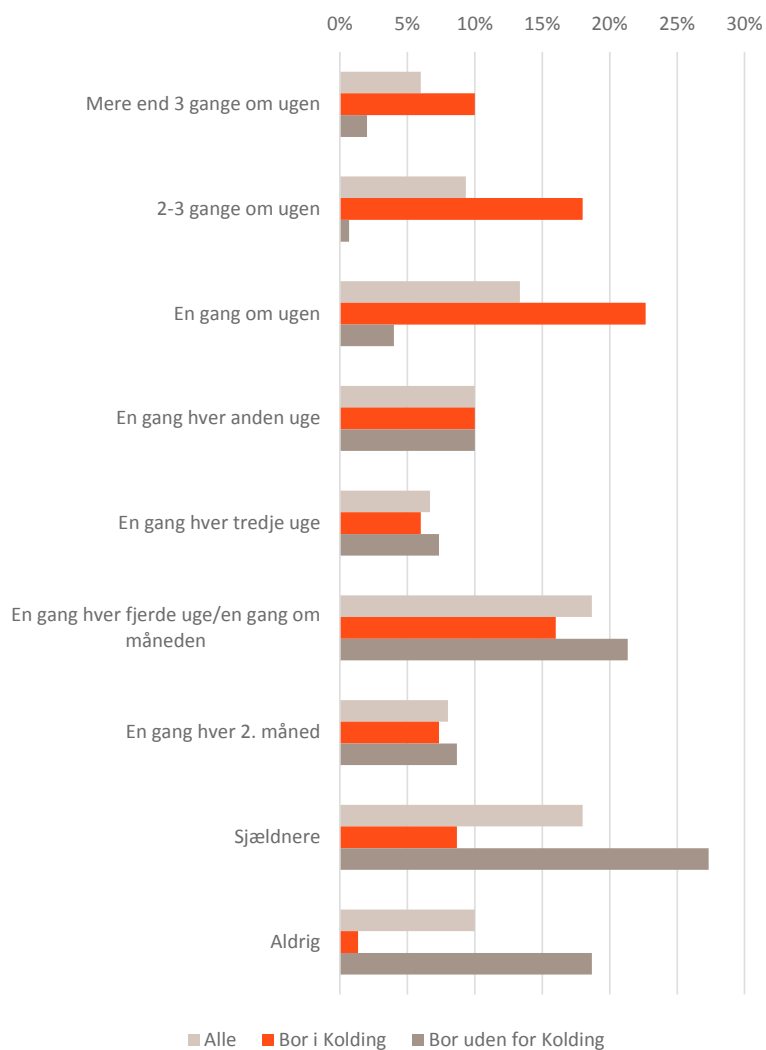
spredning af butikker, større ønske om at benytte Kolding Storcenter, vejret samt P-afgifter, der afholder respondenterne fra at handle i Kolding bymidte.

Analysen har også belyst formålet med respondenternes seneste tur til Kolding bymidte ud over arbejde og besøg hos familie og venner. Her viser analysen ikke store forskelle i besvarelserne blandt borgere bosat hhv. i og uden for Kolding by. De to primære årsager til det seneste besøg i Kolding er indkøb/shopping og sundhed, sygdomsbehandling eller personlig pleje. Herefter kommer årsager som café- og restaurantbesøg.



/Hvad var det vigtigste formål med din sidste tur til Kolding bymidte ud over arbejde og besøg hos familie og venner?

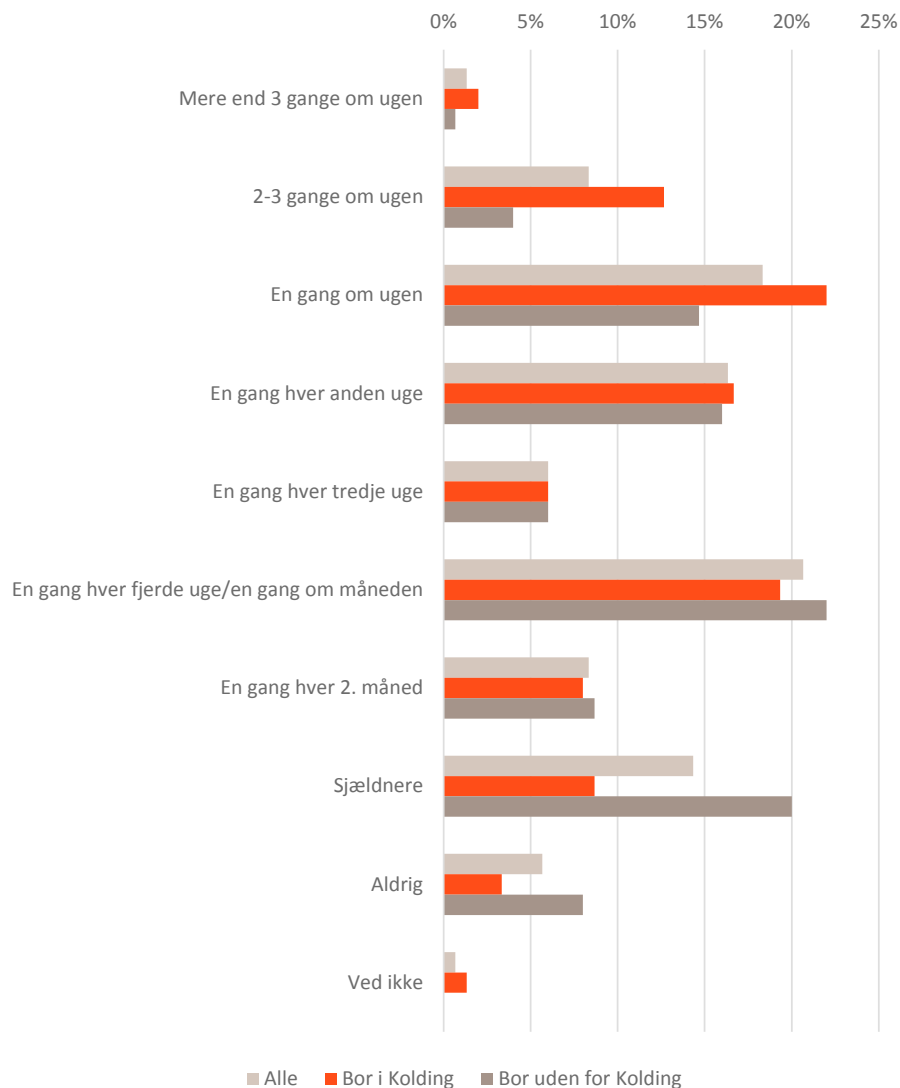
Deltagerne i analysen er også blevet bedt om at forholde sig til, hvor ofte de handler i hhv. Kolding bymidte og Kolding Storcenter. For Kolding bymidte er der stor forskel på indkøbsfrekvensen mellem beboere i Kolding by og beboere bosat uden for Kolding. Halvdelen af beboerne i Kolding by handler i Kolding bymidte mindst én gang om ugen, og 10 % handler i bymidten mere end tre gange om ugen. Kun ca. 10 % af borgerne uden for Kolding by handler i bymidten mindst en gang om ugen. Tre ud af fire bosat uden for Kolding by handler kun i Kolding bymidte én gang om måneden eller sjældnere.



/Hvor tit handler du ind i Kolding bymidte?

For indkøb foretaget i Kolding Storcenter ses til gengæld ikke de samme forskelle mellem beboere bosat hhv. i og uden for Kolding by. Cirka 20 % af alle adspurgte handler i Kolding Storcenter én gang om måneden, og kun lidt færre har ét ugentligt besøg i storcenteret.

Andelen, der besøger Kolding Storcenter mindst én gang om ugen, udgør for beboere i Kolding by knap 40 %, mens den for beboere uden for Kolding by udgør knap 20 %. Her ses således den væsentligste forskel på baggrund af bosætning.



/Hvor tit handler du ved butikkerne i og omkring Kolding Storcenter?

HANDEL KOMBINERET MED TURISTATTRAKTIONER

Interviewpersonerne er blevet spurgt, om de har kombineret deres seneste tur til en turistattraktion med indkøb i Kolding bymidte. Her svarer kun 6 %, at de har kombineret deres seneste besøg på Koldinghus, Nicolai mv. med handel i Kolding bymidte. På spørgsmålet om, hvad der i højere grad ville få dem til at kombinere et besøg til en turistattraktion med indkøb i bymidten svarer størstedelen, at de ikke kan forestille sig at kombinere disse to ting. Andre svarer, at besøg på turistattraktioner kunne kombineres med cafébesøg. Mere fleksible åbningstider i byen og bedre parkeringsforhold bliver ligeledes nævnt som faktorer, som kunne få respondenterne til at overveje at kombinere turen til en turistattraktion med handel i bymidten.

OPSAMLING

Analysen af indkøbsmønstrene for beboere i Kolding Kommune viser, at bymidten i overvejende grad benyttes til indkøb af beklædning og øvrige udvalgsvarer, mens dagligvarekøb i højere grad sker uden for bymidten. Der er desuden en fortsat lokal opbakning til dagligvareindkøb i kommunens øvrige byer for beboere bosat her. Indkøb af beklædning og øvrige udvalgsvarer sker stort set kun i Kolding og jævnt fordelt mellem hhv. bymidten og byen i øvrigt. For Kolding by i øvrigt udgør Kolding Storcenter det væsentligste bidrag. Beboere bosat uden for Kolding by benytter bymidten mindre end beboere bosat i byen.

Dagligvareindkøb finder stort set ikke sted på nettet for beboere i Kolding Kommune. Til gengæld køber næsten 50 % af alle adspurgte beklædning og øvrige udvalgsvarer på nettet i større eller mindre omfang.

Det vigtigste formål med at tage til Kolding bymidte er shopping, og det mest afgørende for valget eller fravalget af bymidten er afstanden. De fleste af de adspurgte foretager deres dagligvarehandel nærmest bopælen, mens det gode bymiljø er afgørende for at vælge Kolding bymidte som handelssted.

Frekvensen af turene til bymidten er tydeligt betinget af bopælen, idet beboere bosat i byen handler i bymidten med en høj frekvens (flere gange om ugen), mens beboere bosat uden for byen handler i bymidten med lav frekvens (højest én gang om måneden).

For handel i Kolding Storcenter er der til gengæld en mere jævn frekvens mellem beboere bosat i og uden for Kolding by. Her er frekvensen for begge grupper stabil omkring 1-4 besøg om måneden.



ANBEFALINGER

Detailhandlen i Kolding Kommune har potentiale til at fastholde og udvikle den nuværende styrke som regionalt handelscenter. Anbefalinger til udvikling af detailhandlen i Kolding Kommune kan opdeles anbefalinger til udvikling af bymidten, Kolding Nord og den decentrale dagligvarehandel foruden en række generelle anbefalinger til udvikling af detailhandlen i Kolding Kommune. Det kræver både en aktiv fysisk planlægning, samarbejde med detailhandlens parter og planlægning ud fra kundens behov og ønsker.

GENERELLE ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF DETAILHANDLEN I KOLDING KOMMUNE

1. SKAB EN KLAR ROLLEFORDELING MELLEM KOMMUNENS HANDELSOMRÅDER

Bymidten fungerer særligt som Kolding-borgernes indkøbs- og servicested. Området omkring Kolding Storcenter fungerer som et regionalt handelscenter med et stort opland. Kolding Storcenter er det største handelsområde i Kolding Kommune. Bymidten er udfordret med færre butikker, faldende omsætning mv. For at imødegå udviklingen mod en mindre attraktiv bymidte kan arbejdsdelingen mellem bymidten og Kolding Storcenter gøres endnu tydeligere, så de to områder supplerer hinanden frem for at konkurrere.

En yderligere udbygning af Kolding Storcenter med flere mindre udvalgswarebutikker vil have en direkte konsekvens for bymidten. Det anbefales at stoppe for udbygning med udvalgswarebutikker, der ellers kunne ligge i bymidten. Ved fortsat at udvikle området omkring Kolding Storcenter med store butikker, særligt inden for "bolig og fritid", kan området få en klarere profil. Ved i høj grad at profilere Storcentret som tilgængeligt indkøbscenter for hele Syddanmark kan områdets profil udvikles yderligere som et regionalt handelscenter. Bymidten kan i endnu højere grad rendyrkes butikker og andre bylivsfunktioner for "krop og sjæl", der også omfatter spisesteder, frisør, kosmolog, læger, fitness mv., og der kan sættes yderligere fokus på oplevelser, kombination med andre servicefunktioner og bymidtens kulturhistorie.

2. ØG TILGÆNDELIGHEDEN TIL BUTIKSOMRÅDERNE

Tilgængelighed er et nøgleparameter for at udvikle attraktive handelsområder. Hvis køretid, afstande fra parkeringsområderne til butiksindgangene og tilgængelighed internt i handelsområdet opfattes som problematiske, er kunderne hurtige til at fravælge besværet og er villige til at køre omveje for at handle andre steder. Traditionelt har der været et stort fokus på tilgængeligheden for bilister, men nye undersøgelser peger på, at cyklisterne også er en vigtig kilde til omsætning i butikkerne i byerne.

Storcentret konkurrerer til en vis grad med Rosengårdscetret i Odense, butikscetrene i Vejle bymidte og med butikscetrene i Flensborg. Derfor er trafikalt tilgængelighed og gode parkeringsforhold for bilister en nøgleparameter for Storcentret. Også tilgængeligheden mellem de øvrige store butikker og Kolding Storcenter kan gives et serviceeftersyn, så kunderne oplever et sammenhængende og let tilgængeligt indkøbsområde.

Som nævnt er der et voksende fokus på cyklisterne som vigtige kunder til butikkerne i særligt bymidten og de lokale dagligvarebutikker. Gode cykelparkeringspladser centralt i handelsmiljøet, sikre cykelruter og en generel opprioritering af cyklisterne i bymidterne og lokalområderne kan føre til en øget omsætning i butikkerne. Kollektiv trafik er også vigtigt at prioritere i bymidten.

3. UDVIKL OMRÅDERNES FORSKELLIGE STYRKER

Som nævnt kan der være en gevinst ved at udvikle handelsområdernes forskellige styrker. Eksempelvis kan der i endnu højere grad fokuseres på at tiltrække børnefamilier fra

oplandet til storcenterområdet, og områdets gode forhold for bilister kan udvikles både internt og på tværs af den nordlige bydel. Bymidten kan styrke de kvaliteter, der handler om oplevelser, bymiljø mv. Her kan en udvikling af cafémiljøet, markedsdage, udendørs oplevelser mv. understøtte handelslivet i bymidten. De decentrale dagligvarebutikker kan måske udvikles med lokale varer, god tilgængelighed for lokaloplandets borgere og god tilgængelighed for pendlere og andre trafikrelaterede kunder. De øvrige centerbyer kan fokusere på de lokale værdier. Eksempelvis kan Prætoriestorvet i Christiansfeld måske udvikles yderligere med oplevelser, markeder og andet.

4. SKAB DEN UNIKKE SHOPPINGOplevelSE I KOLDING

Butikkerne er i stigende grad i konkurrence med de andre handelsbyer, internetbutikkerne og efterhånden også udenlandske webshops med lavere priser. Det betyder, at kundernes loyalitet for de lokale butikker er dalende. Dermed er der behov for, at butikkerne tilbyder kunderne den unikke handelsoplevelse, som internetbutikkerne ikke kan tilbyde. Et højt serviceniveau, muligheden for at kombinere shopping med andre oplevelser og en integreret webshop i de fysiske butikker kan være med til at understøtte og udvikle detailhandlen i de fysiske butikker. Handelslivet har således også selv mulighed for at udvikle detailhandlen positivt gennem incitaments- og loyalitetsinitiativer.

Det anbefales også at arbejde med den sæsonorienterede shoppingoplevelse. Et tydeligt eksempel er udviklingen af en sommer- og vinterby. Sommerbyen kan fokusere på det grønne miljø, udeservering og vandet i byen. Vinterbyen kan udvikles med stemningen omkring en skøjtebane, midlertidige overdækkede områder og lys. Et andet eksempel er markedsføring af de andre højtider og ferier som påskeferie, sommerferie, efterårsferie og vinterferie.



ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF KOLDING BYMIDTE

1. KONCENTRÉR BUTIKSUDBUDET OG DE ØVRIGE SERVICEFUNKTIONER CENTRALT I BYMIDTEN

Det anbefales at koncentrere butikker, servicefunktioner og andre bymidteorienterede funktioner centralt i bymidten. Nærhed mellem butikker og andre funktioner betyder, at kunderne kan kombinere indkøb med andre formål. Interviewundersøgelsen viser, at kombinationen af forskellige formål er en vigtig årsag til at besøge bymidten.

Med den stigende konkurrence fra storcenterområderne og internethandlen anbefales det at udvikle bymidten med flere formål end butikker. Det kan eksempelvis være offentlige formål som jobcentre, biblioteker, lægehuse og andet, der med fordel kan indpasses i bymidtens handelsmiljø. En blandet bymidte med mange funktioner øger muligheden for at kombinere indkøb med andre formål.

2. FOKUSÉR PÅ OPLEVELSER I BYMIDTEN

Opholdskvaliteterne kan styrkes og bidrage til at styrke bymidtens attraktivitet. På idéplanet kan der tænkes i mere grønt og flere opholdsmuligheder. Det kan f.eks. være lette stole, legemøbler, gratis WiFi og toiletadgang under indkøbsture i bymidten, som bidrager til at forlænge opholdet. Børnene, de ældre og alle andre grupper kan tænkes aktivt med. Bedre opholdsmuligheder kunne styrke det primære strøgområde og strække sig mod Søndergade.

Nogle af de mere organisatoriske tiltag er at udvikle fortællingen om Kolding. Det kan være ved historiske skilte, at bruge belysningen aktivt eller at øge samarbejdet mellem turistattraktionerne og bymidten.

Nogle af de fysiske tiltag, der kan arbejdes med, er etablering og opgradering af byrum, og at naturen indarbejdes i områderne omkring åen. Der kan også arbejdes med at gøre facaderne mere indbydende og interessante.

3. SAMARBEJD PÅ TVÆRS AF HANDELSLIVET

Der kan arbejdes på at styrke iværksætterier inden for detailhandel og andre bymidteerhverv og med at forbedre iværksætterbutikkernes overlevelses- og udviklingsmuligheder i et samarbejde mellem kommune, detailhandel og grundejere.

Aktivitetsniveauet i Kolding City og samspillet mellem handelstandsforeningen, grundejerne og kommunen indgår ikke i analysen, men det er muligt, at der kan ske forbedringer. Er der f.eks. et klart ansvar for, hvem der tager sig af at kontakte kæder, hvem der kontakter butikker i byen, som med fordel kunne flytte til bymidten, og kan kommunens erhvervsservice og grundejerne skabe bedre rammer for butiksværksættere?

Handelstandsforeningerne kan arbejde for at sikre ens åbningstider i alle butikkerne. På den måde ved kunderne, hvornår hele bymidten har åben. Det kan overvejes, om åbningstiderne kan udvides i tidsrum, hvor kunderne har fri.

ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF KOLDING NORD

1. INDGÅ I EN DIALOG MED DE BUTIKKER, DER IKKE FINDES I OMRÅDET I DAG

Det anbefales både at øge attraktiviteten af de eksisterende butikker og at tiltrække nye og attraktive butikker. Det anbefales at gå i dialog med en række af de kædebutikker, der mangler i og omkring storcentret i dag. De eksisterende butikker kan også højne deres egen kvalitet. Simple tiltag som rene, grønne og spændende arealer foran butikkerne, rene facader, indbydende udearealer, et højt serviceniveau mv. er med til at skabe attraktive butikker uden de store omkostninger til fysisk omdannelse. Eksempelvis kan området ved Egtved Allé eller Albuens løfte den samlede attraktivitet ved at fokusere på helhedsindtrykket. I storcentret kan gangarealerne i ankomststederne udvikles aktivt.

2. FOKUSÉR PÅ HØJ TILGÆNGELIGHED

Området ved Kolding Storcenter og den nordlige del af byen er kendetegnet ved at tiltrække kunder fra et stort opland. Med god tilgængelighed fra alle retninger, gode p-områder og en intern sammenhæng i området kan det samlede butiksområde øge attraktiviteten. Området besøges typisk af mange børnefamilier, og af kunder, der handler stort ind. Det anbefales derfor også at fokusere på trafikikkerheden, og gode forhold for kundevogne.

3. STYRK OPLEVELSER FOR BØRNEFAMILIERNE

For at fastholde og styrke storcentrets attraktivitet som regionalt shoppingcenter anbefales det at styrke andre forhold end butiksudvikling. Børnefamilierne er en betydningsfuld kundegruppe i de danske storcentre, og der er hård konkurrence om netop den kundegruppe. Med udvikling af andre funktioner som børnevenlige spisesteder, legeland mv. er der mulighed for, at Kolding Storcenter fortsat kan udvikle oplevelserne for børnefamilierne. Et eksempel er Leo's Legeland, der etableres ved Kolding Storcenter i starten af 2015.

ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF DAGLIGVARESTRUKTUREN

1. FORTSÆT UDVIKLINGEN AF DAGLIGVAREUDBUDET NÆR BOLIGOMRÅDERNE

Stort set alle byområder i og uden for Kolding har egen dagligvareforsyning. Nærhed til en dagligvarebutik er et vigtigt parameter for et attraktivt bosætningsområde. Særligt for de lokale byer er det vigtigt at fastholde den daglige forsyning. Når den sidste butik lukker i en by har det store konsekvenser for både bylivet, den lokale dagligvareforsyning, boligpriserne og attraktiviteten som bosætningsby. For at de lokale dagligvarebutikker kan overleve er der behov for lokal opbakning fra borgerne. Der er også behov for at støtte op om de store dagligvarebutikker, der har en stor betydning for de øvrige butikker.

Der kan med fordel etableres samarbejde mellem de lokale dagligvarebutikker og lokale producenter. Det er vigtigt at få fortalt de gode historier. Det anbefales at understøtte samarbejde mellem mindre dagligvarebutikker som bager, slagter, blomsterbutik mv. i de mindre byer. Butikkerne er afhængige af hinanden samtidig med, at de til en vis grad er konkurrenter.

2. FOKUSÉR PÅ EN HØJ TILGÆNGELIGHED FOR ALLE TRAFIKARTER

Med 8.000 flere personer i Kolding Kommune de næste 12 vil der være et øget behov for dagligvarebutikker. For at sikre gode butikker til lokalområdets forsyning anbefales det arbejde med gode butiksplaceringer med synlige facader og parkeringsarealer samt god tilgængelighed for alle trafikarter – herunder også for cyklister. Det anbefales også at sikre en god fordeling af dagligvarebutikkerne, som sikrer korte afstande til dagligvareindkøb.

3. KONCENTRÉR DE ØVRIGE BUTIKKER OG SERVICEFUNKTIONER NÆR DE STORE DAGLIGVAREBUTIKKER

De store dagligvarebutikker genererer et stort fodgængerflow til glæde for de omkringliggende udvalgsvarerbutikker. Ved at koncentrere de øvrige servicefunktioner i lokalområdet omkring de store dagligvarebutikker opnås et stort kundeflow til glæde for både dagligvarebutikken og de andre servicefunktioner. Det er vigtigt at støtte op om de store dagligvarebutikker, og en vedvarende dialog er afgørende.

ORDFORKLARING

BUTIK

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

HOVEDBRANCHER

Dagligvarer

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

Beklædning

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

Øvrige udvalgsvarer

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

Pladskrævende varegrupper

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

KÆDEBUTIKKER

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

Butikkerne er opdelt efter, om de indgår i en 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 (person eller selskab), og indeholder mindst fire enheder. Eksempler på kapitalkæder: Jysk, El-giganten, Fakta, Jack & Jones, Bauhaus mv. Franchisekæder er en kæde, hvor en franchisegiver stiller et fuldt

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

Frivillige kæder

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

Uden for kæde

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

BRUTTOETAGEAREAL

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

OMSÆTNING

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

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

DÆKNINGSGRAD

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

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

DAGLIGVAREFORRETNINGER

Varehuse

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

Lavprisvarerhus

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

Supermarked

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

Discountbutik

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

Minimarked

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

Kiosk

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

UDDRAG AF PLANLOVENS DETAILHANDELSBESTEMMELSER

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

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

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

Derudover kan der udlægges arealer i et **lokalcenter**, der udgør og forsyner mindre dele af en by, en landsby, et sommerhusområde eller lignende. Det samlede bruttoetageareal til butikksformål i et lokalcenter må ikke overstige 3.000 m².

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

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

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

BRANCHEFORTEGNELSE

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

