



Solrød Kommune

Detailhandelsanalyse – vurderinger og konsekvenser

April 2011

INDHOLDSFORTEGNELSE

Anbefalinger - udviklingsmuligheder	3
Vurderinger og konsekvenser	7
Detailhandelen i Solrød kommune	27
Befolknings- og forbrugsforhold i Solrød kommune	40
Handelsbalance	45
Den fremtidige konkurrencesituation	47
Solrød i den regionale struktur	53
Tendenser på detailhandelsområdet	60



Anbefalinger - Udviklingsmuligheder

Institut for Center-Planlægning (ICP) har for Solrød Kommune og Solrød Centerforening gennemført en detailhandelsanalyse for Solrød Kommune og Solrød Centerforening.

Der er i oplægget og i analysen især fokuseret på de detailhandelsmæssige udviklingsmuligheder i og omkring Solrød Center samt i Havdrup.

Solrød Center

I forbindelse med analysen er der gennemført konsekvensberegninger af forskellige udviklingsmodeller for Solrød Center. Bl.a. på baggrund af disse beregninger, skal ICP hermed give sine anbefalinger til, hvorledes Solrød Center fremover optimalt kan udvikles.

Nye Butikker

På baggrund af beregningerne og vurderingerne er det ICP's vurdering, at der er basis for en udvidelse og en konceptmæssig opgradering af Solrød Center.

De gennemførte analyser peger på, at Solrød Center i dag fungerer som et attraktivt indkøbssted især inden for dagligvarer for forbrugere i primært Solrød og Jersie.

Centrets opland uden for disse områder er relativt begrænset.

På **dagligvareområdet** er det vor vurdering, at et af de eksisterende supermarkeder (SuperBrugsen) bør konverteres til et **varehus** (Kvickly/Føtex) med et bruttoareal på 3.500 m².

Af beregningerne fremgår det, at en egentlig etablering af et varehus uden inddragelse af et eksisterende supermarked vil have betydelige omsætningsmæssige konsekvenser for de eksisterende dagligvarebutikker i Solrød Center.

Konkurrencesituationen på dagligvaremarkedet er i løbet af de senere år blevet væsentligt skærpet. Der er etableret varehuse i Greve Midtby Center og i Ølbycentret. Der er med udvidelsen kommet mere fokus på udbuddet i Waves. Og desuden etableres der i nær fremtid et større SuperBest og en Kiwi-discountbutik i Karlslunde.

Det må ligeledes forventes, at der i løbet af en årrække etableres endnu et varehus i Køge bymidte.

Et varehus i Solrød Center vil i den nuværende og fremtidige konkurrencesituation bringe centret på niveau med de konkurrerende udbudspunkter.

Der er flere eksempler på, at et varehus har været med til at styrke udbudspunkter f.eks. i Ros'Torv, Vanløse bymidte og Værløse Bymidte.

Det er væsentligt, at Solrød Kommune i denne sag fremmer muligheden for konverteringsmodellen.

Foruden et varehus, er det ICP's vurdering, at der er basis for enkelte **fødevarespecialbutikker** som fiskehandel, grøntforretning og helsekostbutik.

På **udvalgsvareområdet** er der i dag et relativt godt udbud i centret. Men også her vil den intensiverede konkurrencesituation i de konkurrerende shoppingcentre og bymidter betyde, at Solrød Center kommer under pres. Waves er endnu ikke fuldt kørt ind og i løbet af en årrække må det forventes, at udbuddet i Køge bymidte suppleres med ca. mere end 15.000 m² udvalgs-

varedetailhandel ud af de i alt ca. 20.000 m² detailhandelsareal, der planlægges for.

ICP's konsekvensberegninger viser, at en udbygning omkring 2.000 m² udvalgsvarer vil kunne afveje hensynet til en skærpet konkurrencesituation med en tilfredsstillende arealeffektivitet målt som omsætning pr. m².

Det er i forbindelse med etablering af yderligere ca. 2.000 m² til udvalgsvarer væsentligt, at Solrød Center tilføres de koncepter, som forbrugerne nu og fremadrettet efterspørger.

ICP vurderer, at f.eks. etablering af en H&M på ca. 1.000 m² vil være med til at holde mange forbrugere fra at køre til især Køge og Waves.

Desuden bør der satses på beklædningsbutikker med en lidt yngre profil.

Endelig er der en række butikker, som Solrød Center naturligt kan suppleres med f.eks. underholdningselektronik, legetøj og telebutik.

Det er ICP's vurdering, at der med fordel kan etableres kaffebar/juicebar samt en moderne café/restaurant med servering af salater, sandwich, burgere og andre lette retter.



Fysiske forhold

Der vigtigt, at de nye funktioner i Solrød Center alle får facader ind mod det eksisterende strøg og pladserne.

Der er en del "døde" facader i centret. Disse kan med fordel aktiveres kommercielt i forbindelse med en udbygning. I et butiksstrøg er det generelt væsentligt, at kunderne hele tiden bliver mødt af et dobbeltsidigt, levende og købsinspirerende facadeforløb.

En fortætning af udbuddet i Solrød Center vil således være oplagt for at styrke forbrugernes indkøbsoplevelse.

Etablering af et varehus på 3.500 m² vil naturligt kunne foregå på Stationspladsen, men det er vigtigt, at varehusets facade og indgang vender ind mod centergaden.

Det er ICP's vurdering, at hele den foreslåede udvidelse kan etableres inden for centrets overordnede rammer. Det kan således ikke umiddelbart anbefales, at gadeforløbet udvides f.eks. langs Solrød Strandvej mod rundkørslen.

Det er væsentligt, at der i videst mulige omfang etableres p-pladser i forbindelse med udbygningen. Kunderne vil også i fremtiden i vid udstrækning bruge bilen i forbindelse med indkøb, og antallet af p-pladser og nem tilgængelighed vil være væsentlige konkurrenceparametre.

Ejerforhold - organisation

Solrød Center er et sokkelgrundscenter, hvor butiksejere ejer egne driftsbygninger eller hvor andre investorer ejer dele af bebyggelsen.

Dette betyder, at ejerskabet – og beslutningskompetencen i forhold til vedligeholdelse, udvidelser og andre investeringer – er delt ud på mange ejere.

Dette ejerforhold kan i forbindelse med større udvidelser betyde, at det er svært at træffe beslutninger.

Der er eksempler i Danmark på, at centre er ejet af butiksdriverne i fællesskab. Det bedste eksempel er Rosengårdcentret ved Odense, et af landets største. Her ligger ejerskabet i et interessentskab, der ledes af en bestyrelse.

Dette giver en smidigere beslutningskompetence.

I Jyllinge Centret, der også er et sokkelgrundscenter, arbejdes der for tiden med at ændre ejerstrukturen, bl.a. for at kunne få større mulighed for at styre centret kommercielt.

Endelig er der Waves, hvor ejerskabet indtil for få år siden var fordelt på en række investorer og butikker. I dag er der kun én ejr, og dette vurderes på sigt, at styrke centret.

Havdrup

I Havdrup er det væsentligt, at de lokale forbrugere fremadrettet også har tilfredsstillende indkøbsforhold. I dag fungerer især SuperBrugsen og Netto sammen med bageren og apoteket som byens kommercielle centrum.

Med udvidelsen af SuperBrugsen styrkes dette centrum.

Overordnet er der i dag en meget tilfredsstillende dagligvareforsyning i området, og det vil fremadrettet være at foretrække, såfremt nye dagligvarekoncepter etableres i den eksisterende bymidte.

Der kan dog være grunde til, at man kan overveje at placere en enkelt dagligvarebutik mere decentralt.



Vurderinger og konsekvenser

Institut for Center-Planlægning (ICP) er af Solrød kommune og Solrød Centerforening blevet anmodet om at foretage en detailhandelsanalyse af Solrød kommune med særlig henblik på fremtidens Solrød Center.

Detailhandelsanalysen vil sætte de generelle udviklingstendenser i relation til den forventede udvikling i detailhandelen i Solrød kommune.

Detailhandelsanalysen skal give et grundlag for de politiske beslutninger omkring fremtiden for Solrød Center samt detailhandelsstrukturen i hele Solrød Kommune. Herunder indeholder analysen, hvilke konsekvenser en eventuel udbygning af Solrød Center vil have for den eksisterende detailhandel afhængig af, hvilken fremtidig løsning man vælger for Solrød Centret.

► Analyserne

ICP har foretaget en rekognoscering af samtlige butikker i kommunen, herunder opgjort de enkelte butikkers bruttoareal samt indsamlet informationer om omsætningen i 2009.

Endvidere er der foretaget en beregning af det nuværende og fremtidige forbrug af detailhandelsvarer i kommunen, samt foretaget en kundeinterviewanalyse i Solrød Centret, hvor der også er gennemført interviews med de enkelte butikker.

► Butikkerne

Der var 70 detailhandelsbutikker i Solrød kommune ultimo 2010; godt 46 % af disse er dagligvarebutikker.

I Solrød bymidte, som består af Solrød Center samt en del af Solrød Strandvej, er i alt 44 butikker. Hovedparten af butikkerne er placeret i Solrød Center. Her er i alt 39 butikker, hvoraf 64 % er udvalgswarebutikker.

Det samlede bruttoareal er 21.800 m² i Solrød kommune, heraf udgør dagligvarer 64 %. I Solrød bymidte er ca. 12.100 m² bruttoareal til detailhandel, heraf er de 11.200 m² placeret i butikkerne i Solrød Center.

I Havdrup bymidte er i alt 10 butikker. Det samlede bruttoareal til detailhandel er ca. 4.000 m².

Den gennemsnitlige attraktion i butikkerne i Solrød kommune ligger generelt lidt over middel. Især butikkerne i Solrød Center har en gennemsnitlig attraktion over middel for både dagligvarer og udvalgsvarer.

Kædeandelen i Solrød kommune og Solrød Center er relativt lav sammenlignet med andre byer og især andre shoppingcentre. Kun 43 % af butikkerne i Solrød Center er medlem af et kædesamarbejde.

Den samlede detailhandelsomsætning i Solrød kommune var 732 mio. kr. i 2009, heraf udgjorde omsætningen i Solrød Center ca. 63 % af den samlede omsætning.

Både omsætningen og antallet af butikker har i perioden 1998 til 2009 oplevet en stigning i Solrød kommune.

► Forbrug

Det samlede dagligvareforbrug i Solrød kommune var i 2009 ca. 636 mio. kr., mens udvalgswareforbruget var 531 mio. kr.

Set i lyset af et forventet stabilt befolkningstal for hele Solrød kommune, forventes dagligvareforbruget at stige ca. 2 % i perioden 2009 til 2017 til 649 mio. kr., mens udvalgswareforbruget forventes at stige ca. 11 % til knap 590 mio. kr. i 2017.

ICP regner i sin forbrugsprognose frem til 2017 med en stigning i forbruget pr. person på 0,25 % pr. år for dagligvarer og 1,25 % pr. år for udvalgsvarer. Forbrugsprognosen er beregnet i faste priser.

► Handelsbalance

Handelsbalancen er forholdet mellem den realiserede omsætning og det samlede forbrug i kommunen. Handelsbalancen for dagligvarer i Solrød kommune er 89 %, mens den for udvalgsvarer er 33 %.

Det vil sige, at dagligvareomsætningen i butikkerne i Solrød kommune er 11 % lavere end det samlede dagligvareforbrug i kommunen. Udvalgsvareomsætningen er ca. 69 % lavere end det samlede udvalgsvareforbrug i kommunen.

Hermed må forbrugerne i Solrød kommune få dækket en del af deres dagligvareforbrug i butikker udenfor kommunen, mens en væsentlig del af udvalgsvareforbruget dækkes ved køb udenfor kommunen.

I forhold til handelsbalancen fra 1997 har Solrød dog øget sin position på både dagligvarer og udvalgsvarer, da handelsbalancen for dagligvarer var 81 % og 27 % for udvalgsvarer. Dette hænger sammen med at dagligvarerne i højere grad bliver købt tættere på bopælen på grund af de længere åbningstider samtidig med, at der er kommet flere detailhandelsbutikker i kommunen siden 1997.

► Opland

Med baggrund i kundeinterviewanalysen for Solrød Center vurderes oplandet til Solrød Center at være forholdsvis lokalt, da ca. 73 % af kunderne kom fra Solrød Strand. Centret tiltrækker også kunder fra Jersie og Karlslunde samt i mindre grad fra Havdrup og Køge.

► Konkurrenceforhold

Konkurrencesituationen er blevet skærpet og bliver fortsat skærpet i Solrøds markedsområde. Solrød ligger med korte afstande til større udbudspunkter som Waves, Køge bymidte og Roskilde bymidte. Især shoppingcentret Waves, som blev renoveret og udvidet i 2009, har en betydelig indflydelse på indkøbsmønstret i markedsområdet. Herudover er især Køge bymidte en væsentlig konkurrent, da omkring 12 % af de adspurgte kunder i Solrød Center primært køber tøj i Køge bymidte.

Herudover har Solrød Center især på dagligvarer konkurrence fra Greve Midtbycenter med varehuset Føtex kun 8 km fra Solrød Center og mod syd ligger Ølby Center med Føtex, Netto, Lidl, Aldi og Rema 1000 også 8 km væk.

Det planlagte bydelscenter ved Karlslunde Station med et supermarked og en discountbutik vil ligeledes få betydning for dagligvarebutikkerne i Solrød kommune.

► Udviklingsmuligheder og anbefalinger

I det følgende gennemgås ICP's anbefalinger i relation til udviklingen af detailhandelen frem mod 2017 i Solrød kommune. ICP har i samarbejde med Solrød kommune og Solrød Centerforening fastlagt 3 mulige fremtids-scenarier for Solrød Center. Konsekvenserne af disse scenarier gennemgås i det følgende.

► Konsekvensanalyse for Solrød Center

Nedenfor vises de forskellige fremtidsscenarier for Solrød Center.

Horisontåret er fastlagt til 2017.

Det forudsættes i alle 3 modeller, at Solrød Centret er fuldt udlejet, samt at udvidelserne er fysisk mulige og opføres med et optimalt kundeflow og adgangsf forhold og tilstrækkelig parkering.

► 0-alternativ

I 0-alternativet vil Solrød Center fortsætte som hidtil med samme brutto-arealer og butiksmix som i dag.

► Mellem-model

I mellem-modellen tilføres Solrød Center yderligere omkring 2.000 m² udvalgswareareal for at styrke udvalgswareudbuddet i centret.

Centret rummer fortsat 3 supermarkeder og 2 discountbutikker, men får styrket dagligvareudbuddet yderligere med flere dagligvarespecialbutikker så som fiskehandler, grønthandler og helsebutik.

Nedenstående vises forslag til koncept for udbygning af Solrød Center.

Tabel 1.1 Koncept for nye butikker i Mellem-model

Branche	Bruttoareal m ²
Fiskehandler	100
Grønthandler	100
Helse	100
Udvidelse dagligvarer	300
Udvidelse Solrød Sport	100
Udvidelse Farvecenter	100
Udvidelse Delfin Sengecenter	100
Damemode	150
Ung damemode	150
Ung herremode	200
Sko	200
Legetøj	300
Radio/Tv	400
Telefoni	100
Cykelhandler	200
Udvidelse udvalgsvarer	2.000

► Max-model

I den maximale model for fremtidens Solrød Center bliver centret udbygget med det maximale bruttoareal til detailhandel ifølge den gældende kommuneplan.

Kommuneplanen har en maximal ramme til detailhandel på 20.900 m² i Solrød bymidte. Nedenstående tabel 1.2 viser, hvor meget Solrød Center maksimalt kan udbygges med.

Tabel 1.2 Restruummelighed for Solrød Center

	Bruttoareal m ²
Maximal kommuneplanramme Solrød bymidte	20.900
Nuværende bruttoareal Solrød bymidte	12.100
Planlagt udvidelse Netto	250
Restruummelighed Solrød bymidte	8.550
Mulighed for udvidelser Solrød Strandvej	1.000
Varehus	3.500
Dagligvarespecialbutikker og udvalgswarebutikker	4.050

Det forudsættes således, at 3.500 m² bliver anvendt til et varehus, mens den øvrige restruummelighed på 4.050 m² bliver anvendt til dagligvarespecialbutikker og udvalgswarehandel.

Max-modellen har to varianter for dagligvareudbuddet.

- **Max-model A** – vil indeholde et varehus på 3.500 m² samt alle de nuværende dagligvarebutikker. Herudover vil der være yderligere 4.050 m² til dagligvarespecialbutikker og udvalgswarebutikker.
- **Max-model B** – et af de eksisterende supermarkeder vil blive konverteret og udvidet til et varehus på 3.500 m². De øvrige nuværende dagligvarebutikker vil fortsat bestå. Centret vil blive tilført yderligere 4.050 m² dagligvarespecialbutikker og udvalgswarebutikker. Hermed vil Solrød Centret fortsat have en restruummelighed for detailhandel på omkring 1.500 m², da det forudsættes, at restbruttoarealet fra det konverterede supermarked ikke anvendes til detailhandel.

De 4.050 m² butikker disponeres efter følgende grovkoncept.

Tabel 1.3 Koncept for nye butikker i Max-model

Branche	Bruttoareal m²
Fiskehandler	100
Grønthandler	100
Helse	100
Udvidelse dagligvarer	300
Udvidelse Solrød Sport	100
Udvidelse Farvecenter	100
Udvidelse Delfin Sengecenter	100
Dame/børnemode	1.000
Damemode	150
Damemode	100
Ung damemode	150
Damemode/lingeri	100
Herremode	300
Ung herremode	150
Sko	200
Sko	150
Radio/Tv	350
Telefoni	100
Gamebutik	100
Lædervarer	150
Legetøj	250
Cykelhandler	200
Udvidelse udvalgsvarer	3.750
Udvidelse i alt	4.050

► Forudsætninger

Konsekvenserne vurderes ud fra følgende forudsætninger:

- I Trylleskoven Strand etableres en dagligvarebutik på 1.000 m².
- Ved Karlslunde Station etableres et supermarked samt en discountbutik. Der etableres i alt maksimalt 6.000 m² detailhandel.
- Greve Midtby Center vil foretage en tilpasning af centret, således at centret fortsat vil være et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i nærområdet.
- I Køge bymidte er der planer om yderligere 20.000 m² detailhandel. Det forudsættes, at der er etableret maksimalt 10.000 m² yderligere detailhandel i Køge Bymidte før 2017.
- At der ikke etableres yderligere detailhandel i Ølby Center.
- Waves vil i fremtiden være et markant udbudspunkt især for forbrugerne i den sydlige del af Hovedstadsområdet.
- City 2 vil efter tilpasning af butiksmixet og en renovering fortsat være et betydeligt udbudspunkt i Hovedstadsområdet.
- For så vidt angår den fremtidige konkurrencesituation på dagligvareområdet i øvrigt, er det i denne analyse forudsat, at der ikke etableres andre større dagligvarebutikker frem til 2017 i markedsområdet.
- Befolkningsudviklingen i kommunen følger den gældende befolkningsprognose.
- Der regnes i forbindelse med fremskrivningen af det potentielle forbrug med en begrænset mængdemæssig stigning i forbruget pr. person frem til 2017.
- Handel med dagligvarer via internettet vil ikke udvikle sig i et omfang, der betyder en væsentlig reduktion i den omsætning, der genereres i den traditionelle dagligvarehandel.

► Metode

Med udgangspunkt i omsætnings- og forbrugsforudsætningerne udarbejdes på grundlag af de foreliggende oplysninger samt vurderinger og erfaringer fra lignende analyser et indkøbsmønster i 2009.

I denne model indlæses forbrugsforudsætningerne for 2017 og der fås en omsætning for 2017. Denne omsætning vil butikkerne teoretisk opnå, såfremt forbrugernes indkøbsmønster er uændret fra 2009 frem til 2017.

Derefter vurderes ændringerne i detailhandelsstrukturen, blandt andet med etablering af de nævnte projekter og den generelle forventning til forbrugernes indkøbsorientering frem til 2017. På denne baggrund fremkommer omsætningen, såfremt Solrød Center ikke udvides.

Med udgangspunkt i denne beregning foretages vurderinger af, i hvor høj grad de forskellige modeller med udvidelse af Solrød Center vil påvirke dette indkøbsmønster og omsætningen i butikkerne i Solrød kommune.

Der er alene foretaget en egentlig beregning af konsekvenserne for dagligvarer og udvalgsvarer.

► Konsekvenser

I nedenstående tabel vises konsekvenserne af de forskellige fremtidsscenerier for Solrød Center for detailhandelen i markedsområdet.

De fremtidige omsætninger i 2017 i samtlige modeller er et udtryk for et omsætningsniveau og skal ikke opfattes som præcise tal.

Dagligvarer

Tabel 1.4 viser dagligvareomsætningen i Solrød kommune 2009, samt hvad dagligvareomsætningen vurderes at være i 2017 i de 4 forskellige modeller.

Som eksempel viser tabel 1.4, at dagligvareomsætningen i Solrød Center i 2009 var 341 mio. kr. Hvis Solrød Center ikke udvides (0-alternativet) forventes dagligvareomsætningen at falde til 305 mio. kr. i 2017. Hvis Mellem-modellen realiseres, vurderes dagligvareomsætningen at være 324 mio. kr. i 2017. Det vil sige, at konsekvensen ved Mellem-modellen er en omsætningsfremgang for Solrød Center i forhold til 0-alternativet på 19 mio. kr.

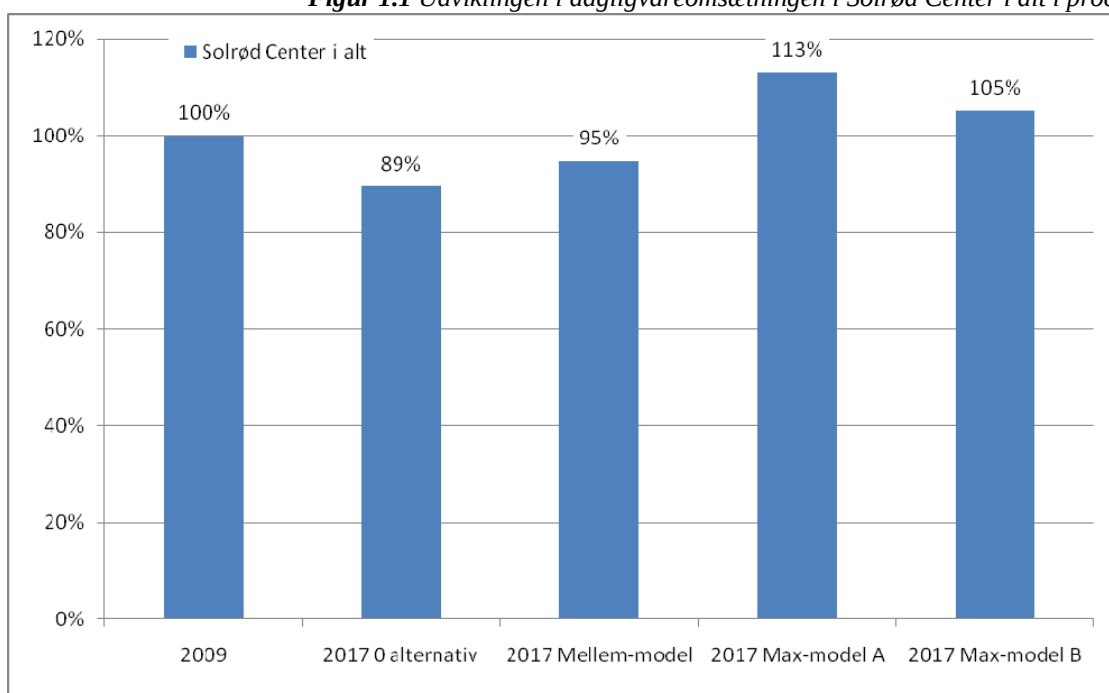
Hvis Solrød Center udvides til det maximale bruttoareal incl. etablering af varehus (Max-model A), vurderes dagligvareomsætningen at være 386 mio. kr. i Solrød Center i 2017. Det betyder en omsætningsfremgang for Solrød Centret på 81 mio. kr. i forhold til 0-alternativet.

Hvis Solrød Center konverterer et eksisterende supermarked til et varehus og samtidig udvider arealet til dagligvarespecialbutikker og udvalgsvarer med 4.050 m² (Max-model B) forventes dagligvareomsætningen at være 359 mio. kr. i 2017. Det betyder en omsætningsstigning på 54 mio. kr. i forhold til 0-alternativet.

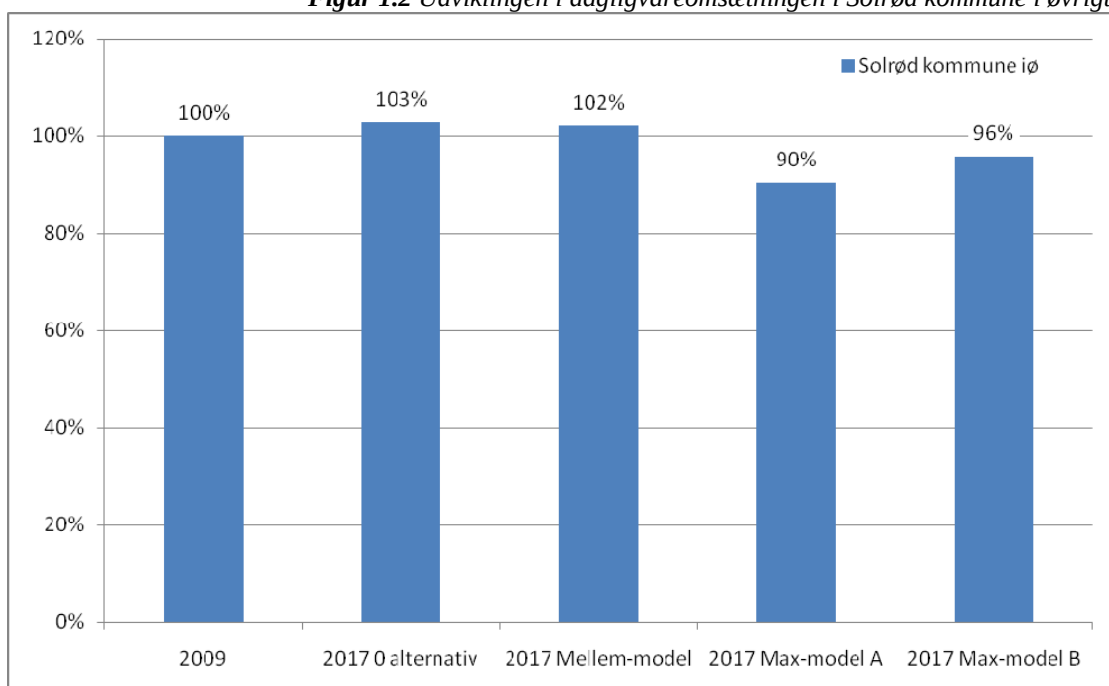
Tabel 1.4 Udviklingen i dagligvareomsætningen i Solrød kommune (mio. kr. inkl. moms i 2009-priser)

	Omsætning i 2009	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Konsekvens	Konsekvens	Konsekvens
		0-alternativ	Mellem-model	Max-model A	Max-model B	Mellem-model (mio. kr.)	Max-model A (mio. kr.)	Max-model B (mio. kr.)
Udvidelse Solrød Center	-	-	10	123	60	+10	+123	+60
Solrød Center i øvr.	341	305	314	263	299	+9	-42	-6
Solrød Center i alt	341	305	324	386	359	+19	+81	+54
Solrød kom. i øvr.	226	233	231	205	217	-2	-28	-16
Solrød kom. i alt	567	538	555	591	576	+17	+53	+38

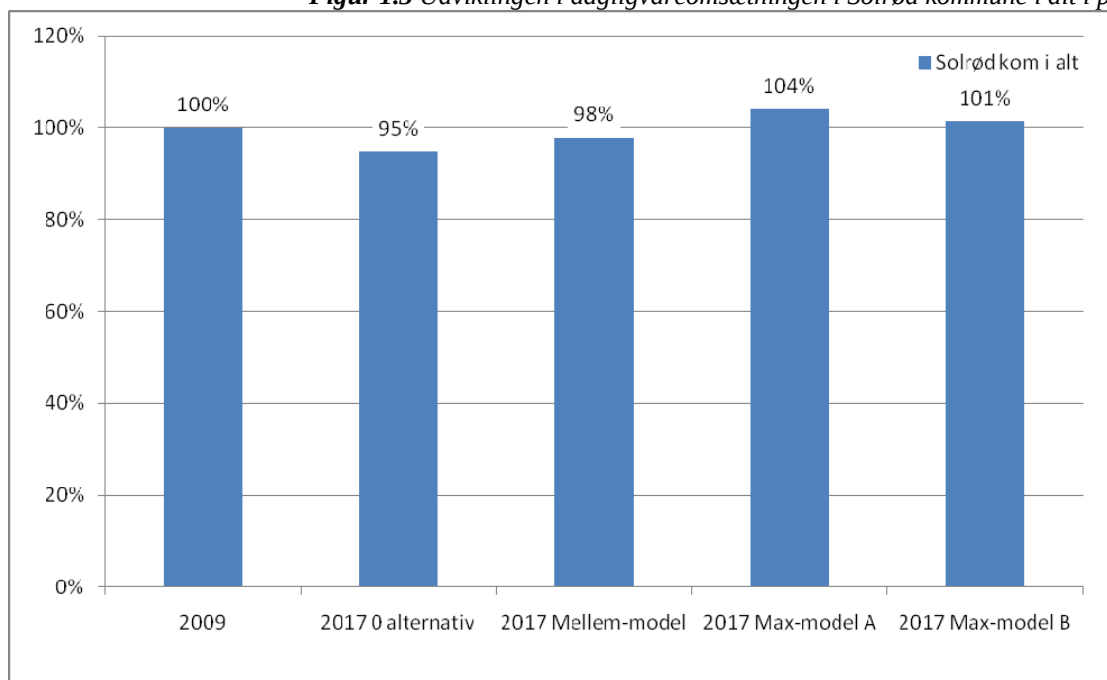
Figur 1.1 *Udviklingen i dagligvareomsætningen i Solrød Center i alt i procent*



Figur 1.2 *Udviklingen i dagligvareomsætningen i Solrød kommune i øvrigt i procent*



Figur 1.3 *Udviklingen i dagligvareomsætningen i Solrød kommune i alt i procent*



Dagligvarer 2017 – 0-alternativet

Hvis Solrød Center ikke foretager en udvidelse, forventes dagligvareomsætningen at falde ca. 11 % i Solrød Center i perioden 2009 til 2017, mens dagligvareomsætningen i Solrød kommune i øvrigt forventes at stige ca. 3 %.

Dette skyldes blandt andet en øget konkurrence fra den nye dagligvarebutik i Trylleskoven. Den vil forbedre indkøbsforholdene for forbrugerne i den nordlige del af kommunen blandt andet på bekostning af dagligudbudet i Solrød Center.

Det nye bydelscenter ved Karlslunde Station med et supermarked og en discountbutik forventes ligeledes at tiltrække kunder fra den nordlige del af kommunen.

Herudover vil en del borgere fra Solrød kommune fortsat søge det større udbud fra både varehusene i Køge og Greve samt hypermarkedet i Hundige. Samlet set forventes dagligvareomsætningen således at falde omkring 5 % i Solrød kommune i 0-alternativet.

Dagligvarer 2017 – Mellem-model

Hvis Solrød Centret udvides med flere dagligvarespecialbutikker og 2.000 m² yderligere udvalgsvarer, vil centret kunne tilbyde kunderne et større udbud og dermed vil kunderne ikke i samme grad være tvunget til at få dækket sine køb andre steder.

På dagligvaresiden vil flere dagligvarespecialbutikker gøre udbuddet i centret bredere, men det er ICP's vurdering at det ikke vil tiltrække markant flere kunder til centret. Det vurderes, at dagligvareomsætningen vil være 324 mio. kr. i 2017, hvilket er omkring 19 mio. kr. højere end i 0-alternativet. Udvidelsen i Mellem-modellen vil fortsat betyde, at Solrød Centret vil miste betydning på dagligvaresiden i forhold til 2009, da centret fortsat ikke kan tilbyde kunderne et varehus. Dagligvarehandelsbalancen

for hele Solrød kommune vurderes derfor at være 86 % i 2017 i Mellem-modellen.

Det er ICP's vurdering at de eksisterende dagligvarebutikker i Solrød Center vil opnå en dagligvareomsætning på 314 mio. kr., mens de nye dagligvarebutikker vil opnå en omsætning på omkring 10 mio. kr. i 2017.

Hvis Solrød Center udvides med Mellem-modellen, forventes de øvrige dagligvarebutikker i kommunen i øvrigt at falde marginalt med ca. 1 % i forhold til 0-alternativet. Det vurderes ikke, at en minimal udvidelse af dagligvarearealet i Solrød Centret vil have en væsentlig betydning for indkøbsforholdene i Solrød kommune.

Dagligvarer 2017 – Max-model A

Hvis Solrød Center udvides til den maximale ramme med et varehus og ca. 4.000 m² til dagligvarespecialbutikker og udvalgsvarer, vil det betyde en væsentlig øget konkurrence for dagligvarebutikkerne i kommunen. Samlet set vil Solrød Center opleve en stigning i dagligvareomsætningen på ca. 81 mio. kr., så den samlede dagligvareomsætning vil være 386 mio. kr. i Solrød Center.

ICP vurderer, at Solrød kommune i 2009 har en forholdsvis høj handelsbalance i forhold til den givne konkurrencesituation. Det vurderes at være vanskeligt at øge handelsbalancen for dagligvarer i væsentlig grad.

Derfor vil en udvidelse af Solrød Center med et varehus betyde en væsentlig omsætningsnedgang på 42 mio. kr. svarende til et fald på ca. 14 % for de eksisterende dagligvarebutikker i Solrød Center. Det er ICP's vurdering, at en af de eksisterende dagligvarebutikker vil være lukningstruet i Max-model A.

De øvrige dagligvarebutikker i kommunen i øvrigt forventes at opleve en omsætningsnedgang på i alt 28 mio. kr. i forhold til 0-alternativet, hvilket svarer til en omsætningsnedgang på omkring 12 %.

Forbrugerne i hele Solrød kommune forventes i højere grad at benytte dagligvareudbuddet især i varehuset i Solrød Center på bekostning af de øvrige dagligvarebutikker i kommunen. Forbrugerne i Solrød vil dog ligeledes i højere grad benytte varehuset i Solrød Center på bekostning af de øvrige varehuse i de omkringliggende kommuner. Hermed vil handelsbalancen stige fra 83 % i 0-alternativet til 91 % i Max-model A.

Dagligvarer 2017 – Max-model B

Hvis Solrød Center derimod udvides med 3.750 m² udvalgsvarer og konverterer et eksisterende supermarked til et varehus samt etablerer 300 m² dagligvarespecialbutikker, vurderes konsekvenserne for de eksisterende dagligvarebutikker i Solrød Center at blive mindre end ved Max-model A.

Det vurderes, at Solrød Center i Max-model B vil opnå en dagligvareomsætning på omkring 359 mio. kr., hvilket er ca. 54 mio. kr. mere end i 0-alternativet. De eksisterende dagligvarebutikker vil mærke konverteringen af supermarkedet til et varehus i mindre grad i forhold til 0-alternativet, da omsætningen forventes at falde omkring 2 %.

Dagligvarebutikkerne i kommunen i øvrigt vil opleve en omsætningsnedgang på omkring 16 mio. kr., hvilket svarer til en omsætningsnedgang på ca. 7 % i forhold til 0-alternativet.

Udvalgsvarer

Det forventes, at konkurrencesituationen generelt bliver skærpet i fremtiden. Det forventes, at udvalgsvarerhandelen vil centrere sig i færre, men stærkere udbudspunkter. Forbrugerne vil også i fremtiden lægge vægt på, at der er et stort vare- og/eller butiksudbud i det enkelte udbudspunkt. Samtidig har forbrugerne generelt en øget mobilitet som gør, at der er et stort og bredt udbud samt en god tilgængelighed.

Det vurderes således, at Solrød Center også i fremtiden vil have stor tiltrækningskraft på forbrugerne fra Solrød Strand.

Samtidig vurderes konkurrencesituationen især fra de større udbudspunkter Køge bymidte og shoppingcentret Waves fortsat at være stærk. Endelig er en stor del af borgerne i Solrød pendlere og dermed tættere på det store udbud i København.

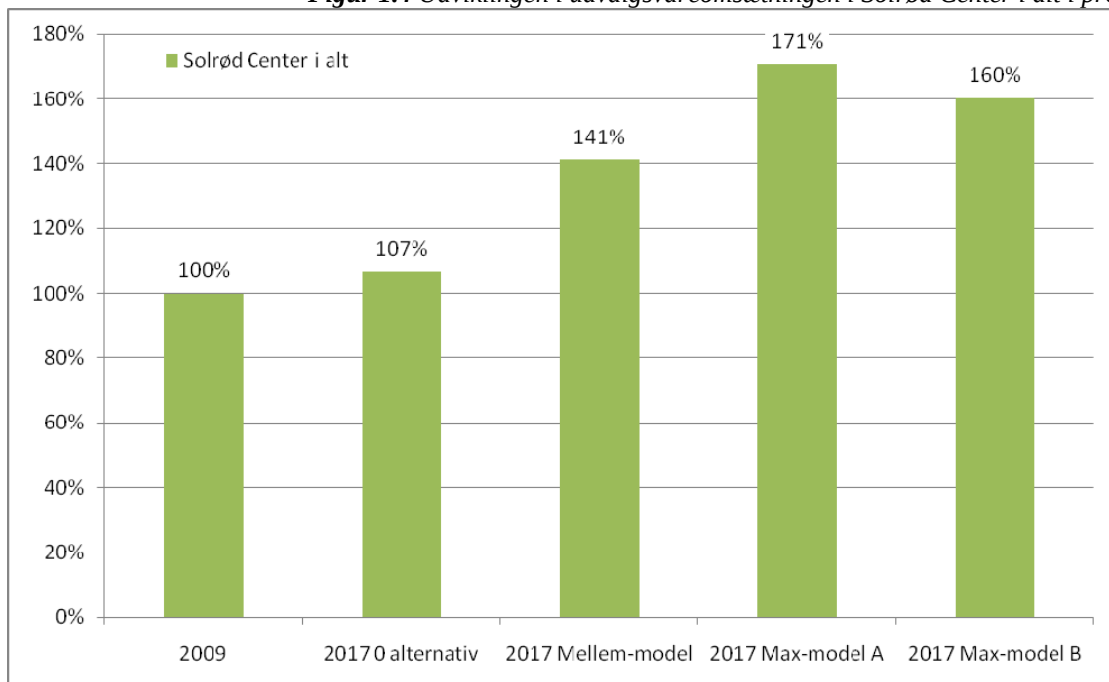
I den givne konkurrencesituation med korte afstande til større udbudspunkter vurderer ICP, at en udvidelse af Solrød Center kan være vanskelig.

Nedenstående tabel 1.5 viser udviklingen i udvalgsvareromsætningen i Solrød kommune.

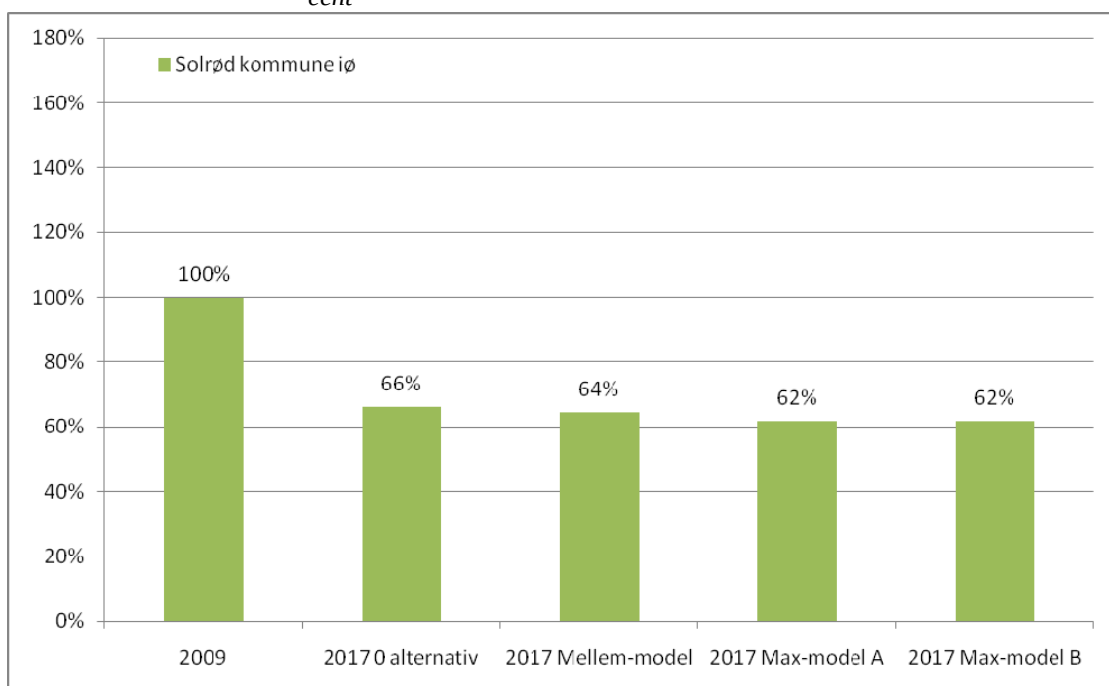
Tabel 1.5 Udviklingen i udvalgsvareromsætningen i Solrød kommune (mio. kr. inkl. moms i 2009-priser)

	Omsætning i 2009	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Konsekvens	Konsekvens	Konsekvens
		0-alternativ	Mellem-model	Max-model A	Max-model B	Mellem-model (mio. kr.)	Max-model A (mio. kr.)	Max-model B (mio. kr.)
Udvidelse Solrød Center	-	-	51	109	89	+51	+109	+89
Solrød Center i øvr.	121	129	120	98	105	-9	-31	-24
Solrød Center i alt	121	129	171	207	194	+42	+78	+65
Solrød kom. i øvr.	55	36	35	34	34	-1	-2	-2
Solrød kom. i alt	176	165	206	241	228	+41	+76	+63

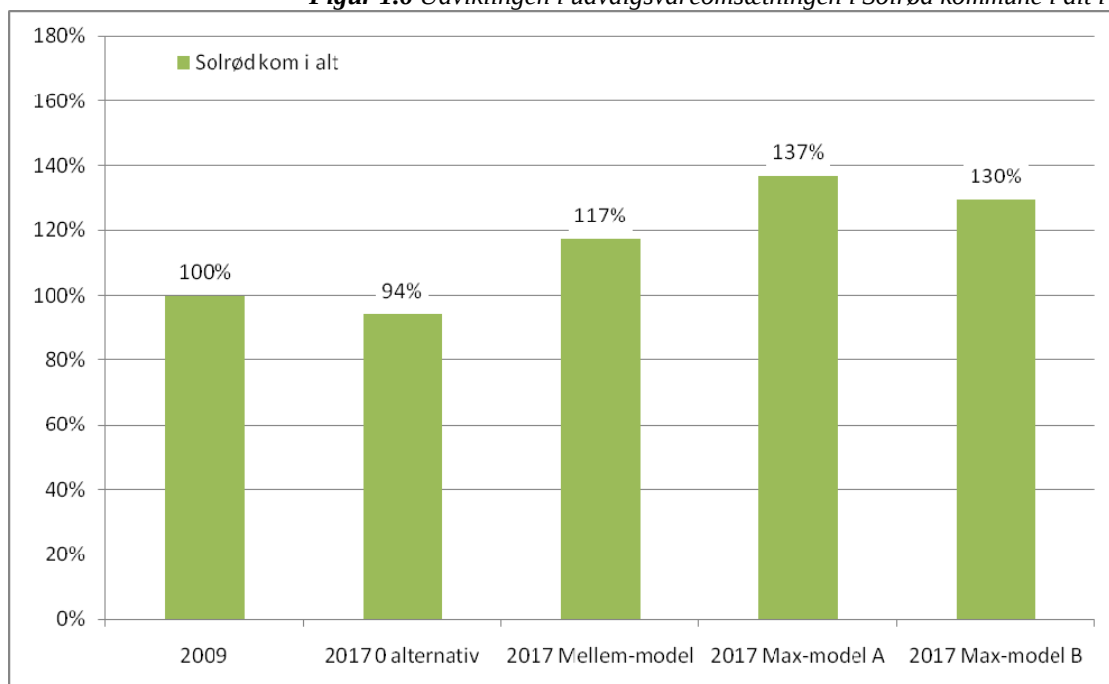
Figur 1.4 Udviklingen i udvalgswareomsætningen i Solrød Center i alt i procent



Figur 1.5 Udviklingen i udvalgswareomsætningen i Solrød kommune i øvrigt i procent



Figur 1.6 Udviklingen i udvalgsvareomsætningen i Solrød kommune i alt i procent



Udvalgsvarer 2017 – 0-alternativet

Hvis Solrød Center ikke foretager en udvidelse, forventes centret at opnå en udvalgsvareomsætning på 129 mio. kr. i 2017, hvilket er en omsætningsstigning i forhold til 2009 på ca. 7 %. Dette hænger sammen med den forventede generelle koncentrationstendens, hvor Solrød Center stadig vil være det største udbudspunkt i kommunen.

Det forventes, at udvalgsvarehandelen i Solrød kommune i øvrigt i 0-alternativet vil falde omkring 44 % til en omsætning på omkring 36 mio. kr. i 2017.

Samlet set forventes udvalgsvareomsætningen i Solrød kommune at være 165 mio. kr. i 2017 i 0-alternativet, hvilket er et fald i den samlede udvalgsvareomsætning på ca. 6 % i forhold til 2009.

Udvalgsvarer 2017 – Mellem-model

Hvis Solrød Center foretager en udvidelse af udvalgsvarearealet med 2.000 m² og samtidig får de koncepter, som Solrød Centret i dag mangler, så bliver bruttoarealet til udvalgsvarer forøget med 50 %. Hermed vil kunderne i Solrød Center ikke i samme omfang være tvunget til at søge andre større udbudspunkter for at få dækket deres behov.

Det vurderes, at udvidelsen i Mellem-modellen omvendt ikke vil tiltrække kunder fra et større opland, men i højere grad sørge for, at kunderne i det primære opland Solrød Strand vil handle flere udvalgsvarer i Solrød Center. På grund af de korte afstande til større indkøbssteder vil udvidelsen heller ikke forhindre, at borgerne i Solrød kommune fortsat vil købe en væsentlig del af deres udvalgsvarer i de større udbudspunkter som for eksempel Køge, Waves og Københavns City.

Udvalgsvareomsætningen i Solrød Center i Mellem-modellen forventes at være 171 mio. kr. i 2017, hvilket er 42 mio. kr. (35%) højere end i 0-alternativet. Det forventes, at de eksisterende butikker i Solrød Center vil opleve en omsætningsnedgang på ca. 7 % i forhold til 0-alternativet. De nye butikker i Solrød Center må forventes at opnå en omsætning på omkring 51 mio. kr. i 2017.

De øvrige udvalgswarebutikker i Solrød kommune i øvrigt forventes ikke at mærke en væsentlig omsætningsnedgang i Mellem-modellen i forhold til 0-alternativet.

Samlet set vil udvalgswarehandelen i Solrød kommune blive styrket med ca. 41 mio. kr. til 206 mio. kr. i 2017, hvis Solrød Center udvides med 2.000 m² udvalgswaredetailhandel.

Udvalgsvarer 2017 – Max-model A

I Max-model A udvides udvalgswarebruttoarealet med 3.750 m² i Solrød Center samtidig med, at centret udvides med et varehus. Dette vurderes at være en voldsom udvidelse, som vil kræve et større opland end centret i dag har. Da Solrød Center ligger tæt på andre større udbudspunkter vurderes centret ikke geografisk at kunne udvide oplandet i væsentlig grad, men skal i højere grad satse på at tiltrække en større andel af kunderne fra det primære markedsområde Solrød Strand og Jersie.

Det vurderes, at udvalgswareomsætningen i Solrød Center vil være omkring 207 mio. kr. i Max-model A. Det vil sige en omsætningsstigning i forhold til 0-alternativet på 78 mio. kr. De nye udvalgswarebutikker samt udvalgswareomsætningen i det nye varehus vurderes at kunne opnå en udvalgswareomsætning på omkring 109 mio. kr. De eksisterende udvalgswarebutikker i centret vil opnå en udvalgswareomsætning på 98 mio. kr., hvilket vil være en omsætningsnedgang i forhold til 0-alternativet på omkring 31 mio. kr.

ICP vurderer, at den gennemsnitlige arealbelastning for udvalgswarebutikkerne i Max-model A vil være en del lavere end både den nuværende arealbelastning i centret og arealbelastningen i 0-alternativet og Mellem-modellen. Dette skyldes den relativt svære konkurrencesituation Solrød Center befinder sig i.

Udvalgswarebutikkerne i Solrød kommune i øvrigt vurderes at opleve et mindre fald i omsætningen på omkring 7 %, da udvalgswarebutikkerne i højere grad naturligt vil blive koncentreret i Solrød Center.

Udvalgsvarer 2017 – Max-model B

Hvis Solrød Center i stedet konverterer et af de eksisterende supermarkeder til et varehus og etablerer 300 m² dagligvarespecialbutikker og samtidig udvider med 3.750 m² udvalgsvarer, forventes den samlede udvalgswareomsætning at blive 194 mio. kr. i 2017 i Solrød Center, hvilket er 65 mio. kr. mere end i 0-alternativet. De eksisterende butikker i Solrød Center forventes at opnå en udvalgswareomsætning på omkring 105 mio. kr., mens de nye udvalgswarebutikker opnår en omsætning på 89 mio. kr.

Udvalgswarebutikkerne i Solrød kommune i øvrigt forventes at mærke det samme fald i omsætningen, som i Max-model A på omkring 7 %.

Samlet set øges udvalgswarehandelen i Solrød kommune med 63 mio. kr. i forhold til 0-alternativet til 228 mio. kr. i 2017.

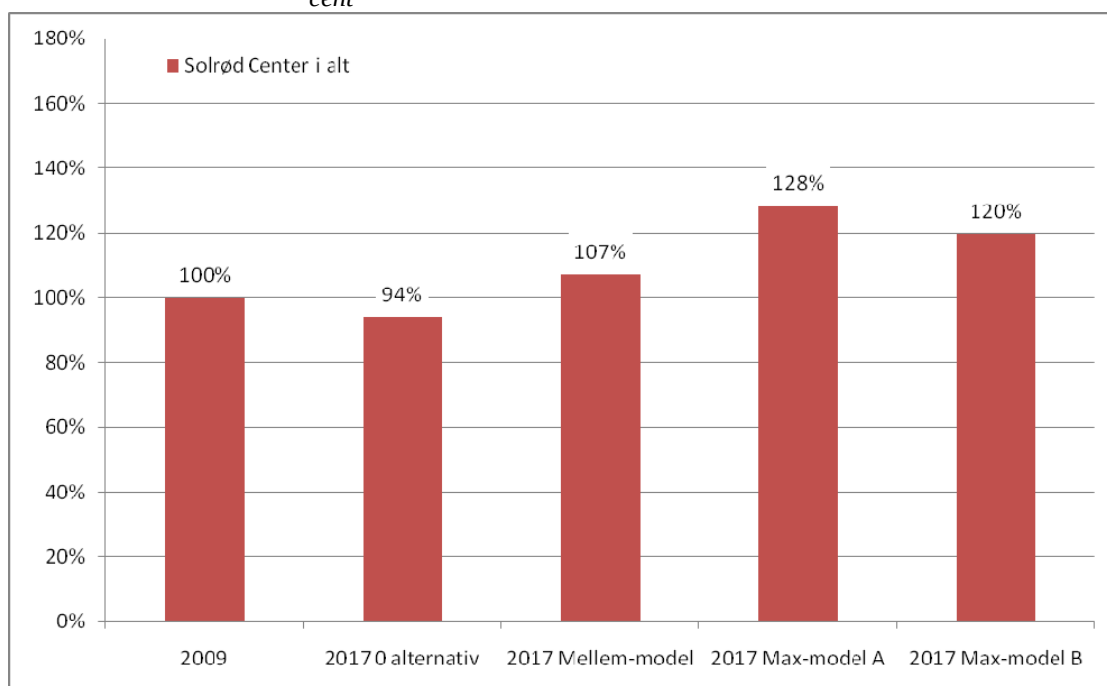
Detailhandel i alt

Nedenstående tabel 1.6 viser udviklingen for den samlede detailhandelsomsætning i Solrød kommune.

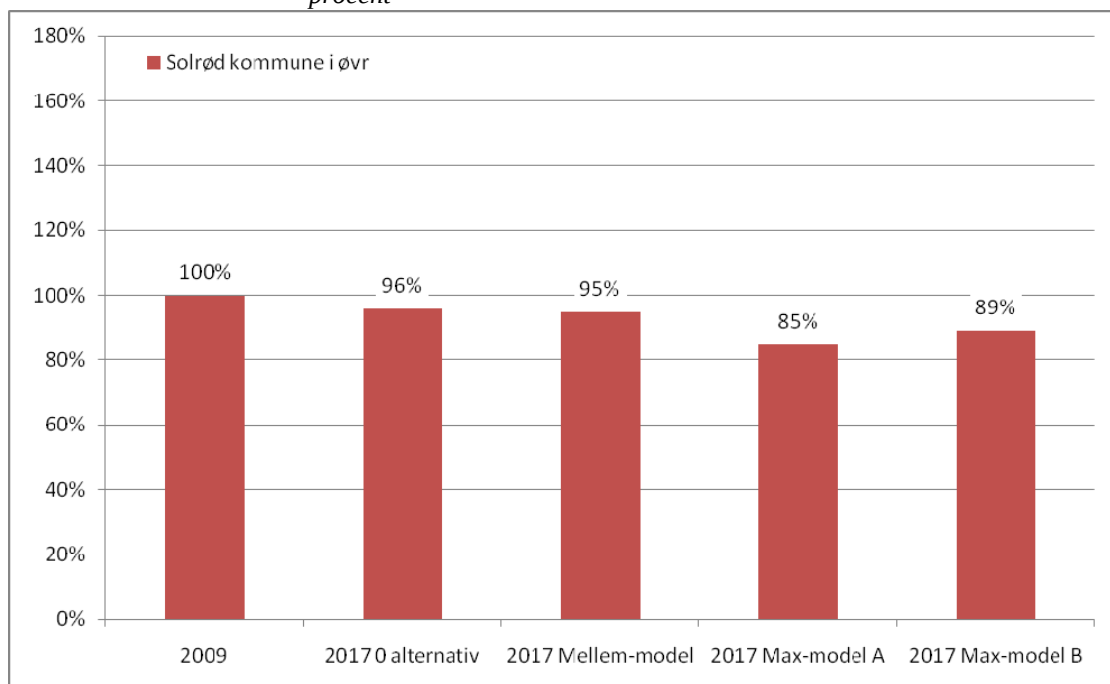
Tabel 1.6 Udviklingen i detailhandelsomsætningen i alt i Solrød kommune (mio. kr. inkl. moms i 2009-priser)

	Omsætning i 2009	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Omsætning i 2017	Konsekvens	Konsekvens	Konsekvens
		0-alternativ	Mellem-model	Max-model A	Max-model B	Mellem-model (mio. kr.)	Max-model A (mio. kr.)	Max-model B (mio. kr.)
Udvidelse Solrød Center	-	-	61	232	149	+61	+232	+149
Solrød Center i øvr.	462	434	434	361	404	+0	-73	-30
Solrød Center i alt	462	434	495	593	453	+61	+159	+119
Solrød kom. i øvr.	281	269	266	239	251	-3	-30	-18
Solrød kom. i alt	743	703	761	832	804	+58	+129	+101

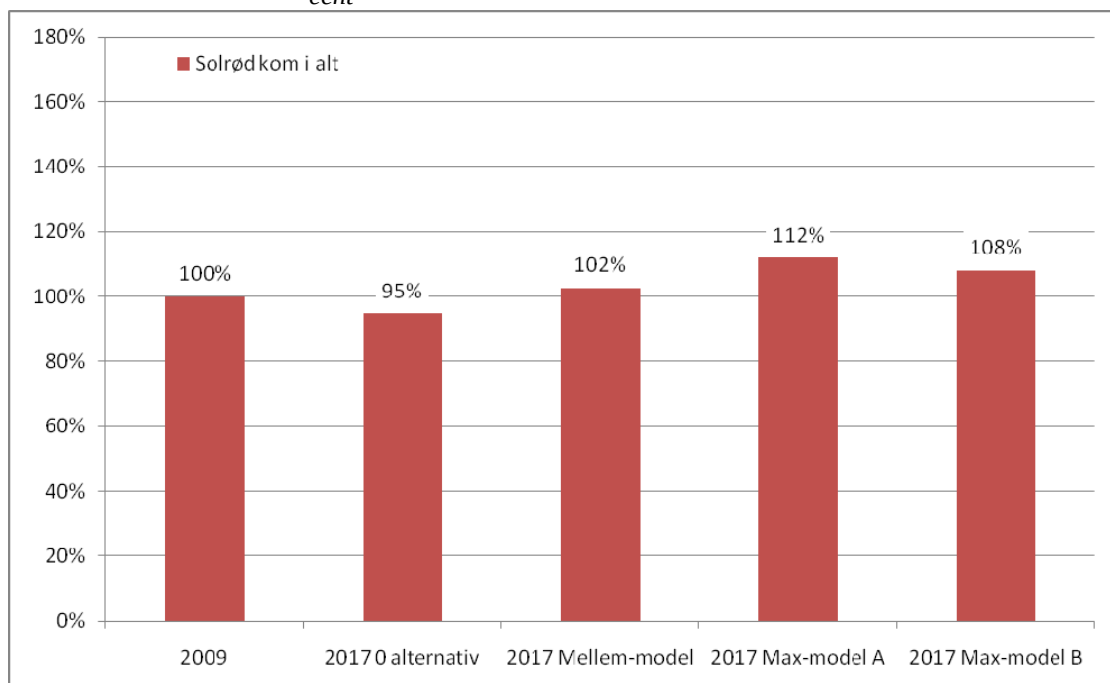
Figur 1.7 Udviklingen i detailhandelsomsætningen i alt i Solrød Center i alt i procent



Figur 1.8 Udviklingen i detailhandelsomsætningen i alt i Solrød kommune i øvrigt i procent



Figur 1.9 Udviklingen i detailhandelsomsætningen i alt Solrød kommune i alt i procent



Detailhandelen i alt 2017 – 0-alternativet

Hvis Solrød Center ikke foretager en udvidelse, forventes centret at opnå en samlet detailhandelsomsætning på 434 mio. kr. i 2017, hvilket er et fald i den samlede omsætning i forhold til 2009 på ca. 6 %. Dette skyldes ikke mindst den øgede konkurrencesituation på dagligvarer med nye dagligvarebutikker i blandt andet Trylleskoven og Karlslunde Station. Solrød Center vil dog fortsat være det største udbudspunkt i kommunen, og vil derfor kunne fastholde et vist niveau af udvalgsvarer.

Samme billede tegner sig for den samlede detailhandelen i Solrød kommune i øvrigt. Det forventes, at detailhandelsomsætningen i Solrød kommune at være 703 mio. kr. i 2017 i 0-alternativet, hvilket er et fald i den samlede omsætning på ca. 5 % i forhold til 2009.

Detailhandelen i alt 2017 – Mellem-model

Hvis Solrød Center i 2017 er Mellem-modellen forventes den samlede omsætning i Solrød Center at være steget med ca. 61 mio. kr. til 495 mio. kr. i forhold til 0-alternativet. Det vurderes, at udvidelsen i Mellem-modellen ikke vil tiltrække kunder fra et større opland end i dag, på grund af den relativt korte afstand til større udbudspunkter. Udvidelsen med 2.000 m² udvalgsvarer vil bevirke, at de eksisterende kunder i Solrød Center vil ikke være tvunget til at søge andre større udbudspunkter for at få dækket deres behov, og dermed vil indkøbsforholdene for borgerne i Solrød kommune blive forbedret.

Detailhandelsbutikkerne i Solrød kommune i øvrigt forventes ikke at mærke en væsentlig omsætningsnedgang i Mellem-modellen i forhold til 0-alternativet. Den samlede omsætning forventes at være 266 mio. kr. i Mellem-modellen i kommunen i øvrigt, hvor den samlede omsætning forventes at være 269 mio. kr. i 0-alternativet.

Samlet set vil detailhandelen i Solrød kommune blive styrket med ca. 58 mio. kr. til 761 mio. kr. i 2017, hvis Solrød Center udvides med 2.000 m² udvalgsvaredetailhandel.

Detailhandelen i alt 2017 – Max-model A

I Max-model A udvides Solrød Center med et varehus, 300 m² til dagligvarespecialbutikker og 3.750 m² til udvalgsvarer. Som nævnt vil denne udvidelse af udvalgsvarearealet kræve, at Solrød Center tiltrækker en langt større andel af kunder fra det primære markedsområde Solrød Strand og Jersie. ICP vurderer ikke Solrød Centret i væsentlig grad kan udvide oplandet i væsentlig grad geografisk, på grund af den korte afstand til større udbudspunkter som Køge, Waves, City 2 og Roskilde.

Den samlede detailhandelsomsætning forventes at være omkring 593 mio. kr. i hele Solrød Center i Max-model A i 2017, hvilket er en omsætningsstigning i forhold til 0-alternativet på 159 mio. kr. Udvidelsen af Solrød Center forventes at kunne tilføre 232 mio. kr. til Solrød Center, mens de eksisterende butikker i Solrød Center vil miste i alt 73 mio. kr. i forhold til 0-alternativet.

Butikkerne i Solrød kommune i øvrigt forventes at miste ca. 30 mio. kr. i samlet omsætning i forhold til 0-alternativet.

Samlet set forventes detailhandelsomsætningen i Solrød kommune at øges ca. 129 mio. kr. til 832 mio. kr. i Max-model A i forhold til 0-alternativet.

Detailhandelen i alt 2017 – Max-model B

Max-model B, hvor et af de eksisterende supermarkeder konverteres til et varehus og centret samtidig udvides med ca. 300 m² dagligvarespecialbutikker og 3.750 m² udvalgsvarer, forventes ligeledes at øge detailhandelsomsætningen i Solrød Center. Omsætningen forventes at være lavere end i Max-model B.

Den samlede detailhandelsomsætning forventes at være 453 mio. kr. i 2017 i hele Solrød Center, hvilket er 119 mio. kr. mere end i 0-alternativet. Konsekvenserne for de eksisterende butikker vurderes ikke at være lige så høje som i Max-model A, da en del af den eksisterende omsætning omroteres internt i centret på grund af flytningen af dagligvarebutikken.

Samlet set øges detailhandelen i Solrød kommune med 101 mio. kr. i forhold til 0-alternativet til 804 mio. kr. i 2017.

► Udviklingen i handelsbalancen i de forskellige modeller

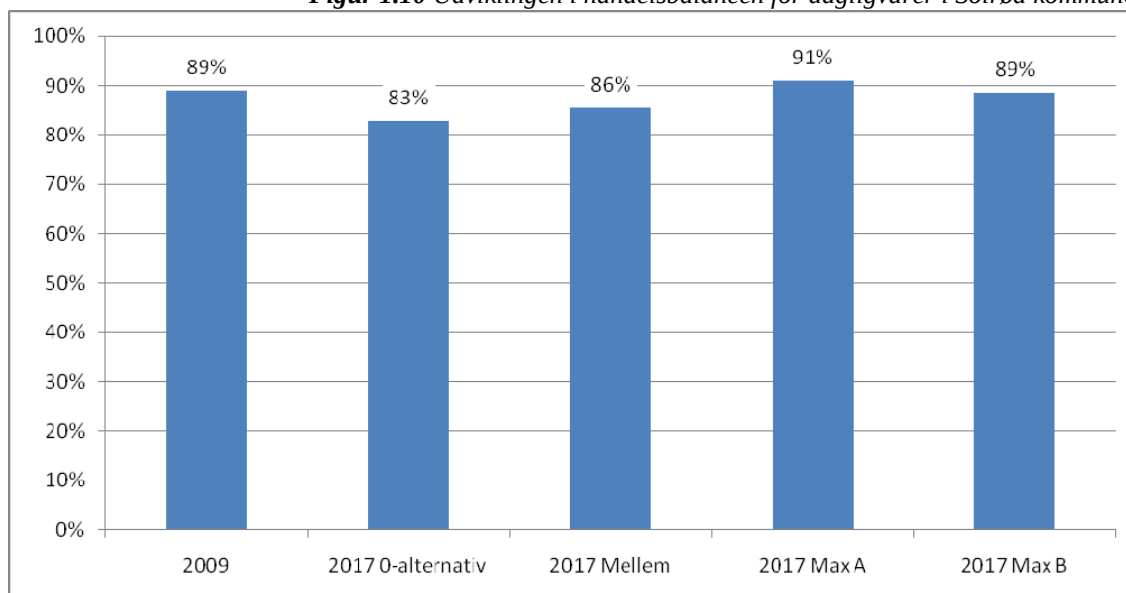
Hvis man sammenligner handelsbalancerne i de 4 forskellige fremtidsmodeller, ses det, at handelsbalancen for dagligvarer allerede i 2009 er relativ høj, jf. figur 1.10.

ICP forventer, at handelsbalancen for dagligvarer i Solrød kommune vil falde til 83 %, hvis Solrød Center ikke udbygges i 0-alternativet. Dette skyldes blandt andet den øgede konkurrence fra butikkerne ved Karlslunde Station samt den øgede koncentrationstendens mod større indkøbssteder.

Ved at udbygge Solrød Center med de udvalgswarebutikker som centret i dag mangler og med flere dagligvarespecialbutikker, vil kommunen kunne opnå en handelsbalance på 86 % i 2017, da flere Solrød borgere ikke vil blive tvunget til at handle udenfor kommunen.

Hvis der tilføres et varehus i Solrød Center, vil handelsbalancen i kommunen stige til 91 %, mens en konvertering af et af de eksisterende supermarkeder til et varehus vil kunne opnå en handelsbalance på 89 %. I begge tilfælde vil flere Solrød borgere få dækket en større del af deres forbrug i butikkerne i Solrød kommune, men i Max-model A med et varehus vil det have væsentlige konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i Solrød Center.

Figur 1.10 Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer i Solrød kommune



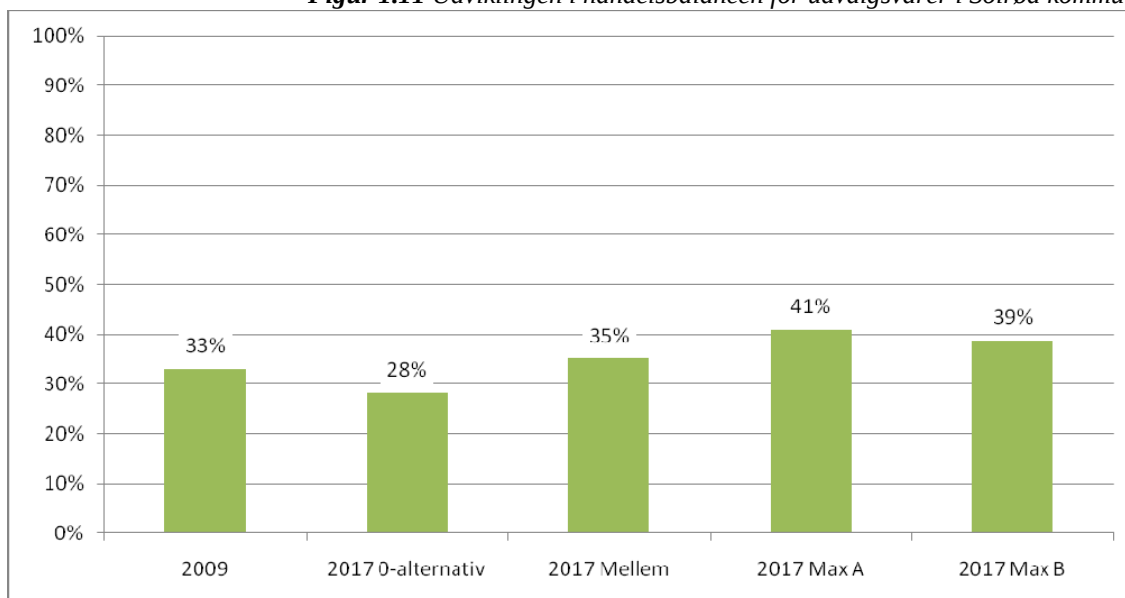
Solrød kommune har i 2009 en relativ lav handelsbalance for udvalgsvarer, hvilket blandt andet skyldes den korte afstand til store udbudspunkter. Derfor er ICP's vurdering, at det er lidt sværere at øge handelsbalancen for udvalgsvarer væsentligt. I 2017 i 0-alternativet vurderer ICP, at handelsbalancen for Solrød kommune vil falde til 28 %, da konkurrencen fra både Køge, Waves, City 2 og Roskilde vurderes at blive skarpere i fremtiden.

Hvis Mellem-modellen gennemføres, vil kunderne til Solrød Center ikke i samme grad blive tvunget til at få opfyldt en del af deres udvalgsvarerforbrug ved køb udenfor kommunen og dermed vil handelsbalancen stige til 35 %.

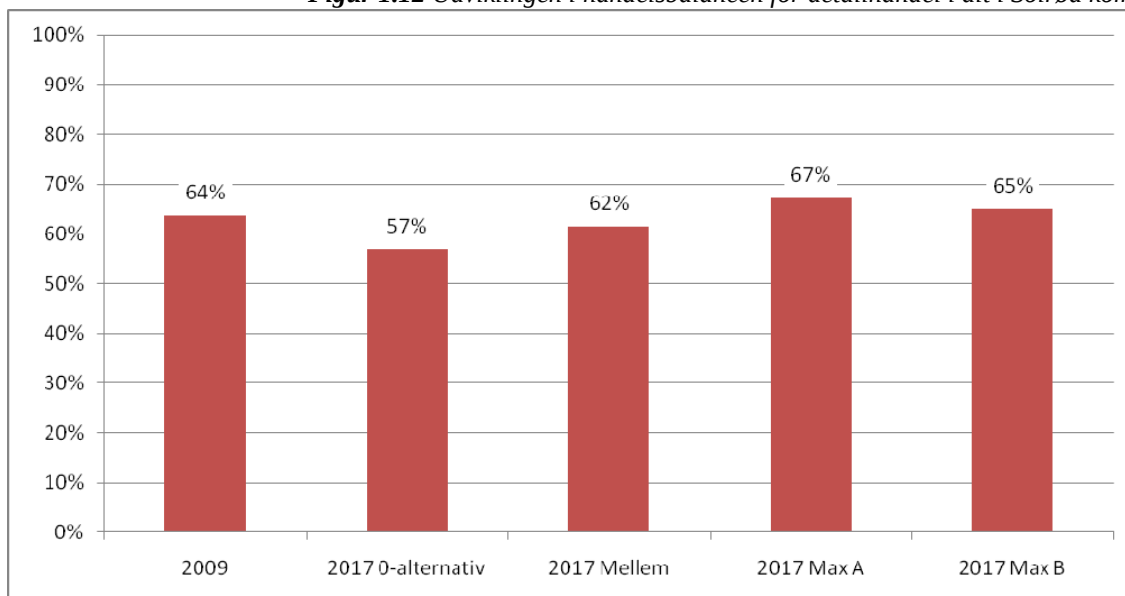
I både Max-model A og B vil Solrød kommune opnå en endnu højere handelsbalance på henholdsvis 41 % og 39 %. Hermed vil en større del af forbrugerne i Solrød købe deres udvalgsvarer i kommunen, men en stor del af borgerne vil fortsat søge de større udbudspunkter i Hovedstadsområdet.

Figur 1.12 viser udviklingen i handelsbalancen for den samlede detailhandel.

Figur 1.11 Udviklingen i handelsbalancen for udvalgsvarer i Solrød kommune



Figur 1.12 Udviklingen i handelsbalancen for detailhandel i alt i Solrød kommune



Generelt kan det tilføjes, at etablering af et varehus/konvertering af supermarked til varehus samt etablering af flere udvalgswarebutikker betyder, at Solrød Centers betydning og omsætning vil stige. Det vil dog også betyde, at nogle butikker vil opleve omsætningsnedgang p.g.a. den skærpede konkurrence, hvilket fremgår af tabel 1.4 – 1.6.



Detailhandelen i Solrød kommune

ICP har ultimo 2010 foretaget en rekognoscering af samtlige detailhandelsbutikker i Solrød kommune.

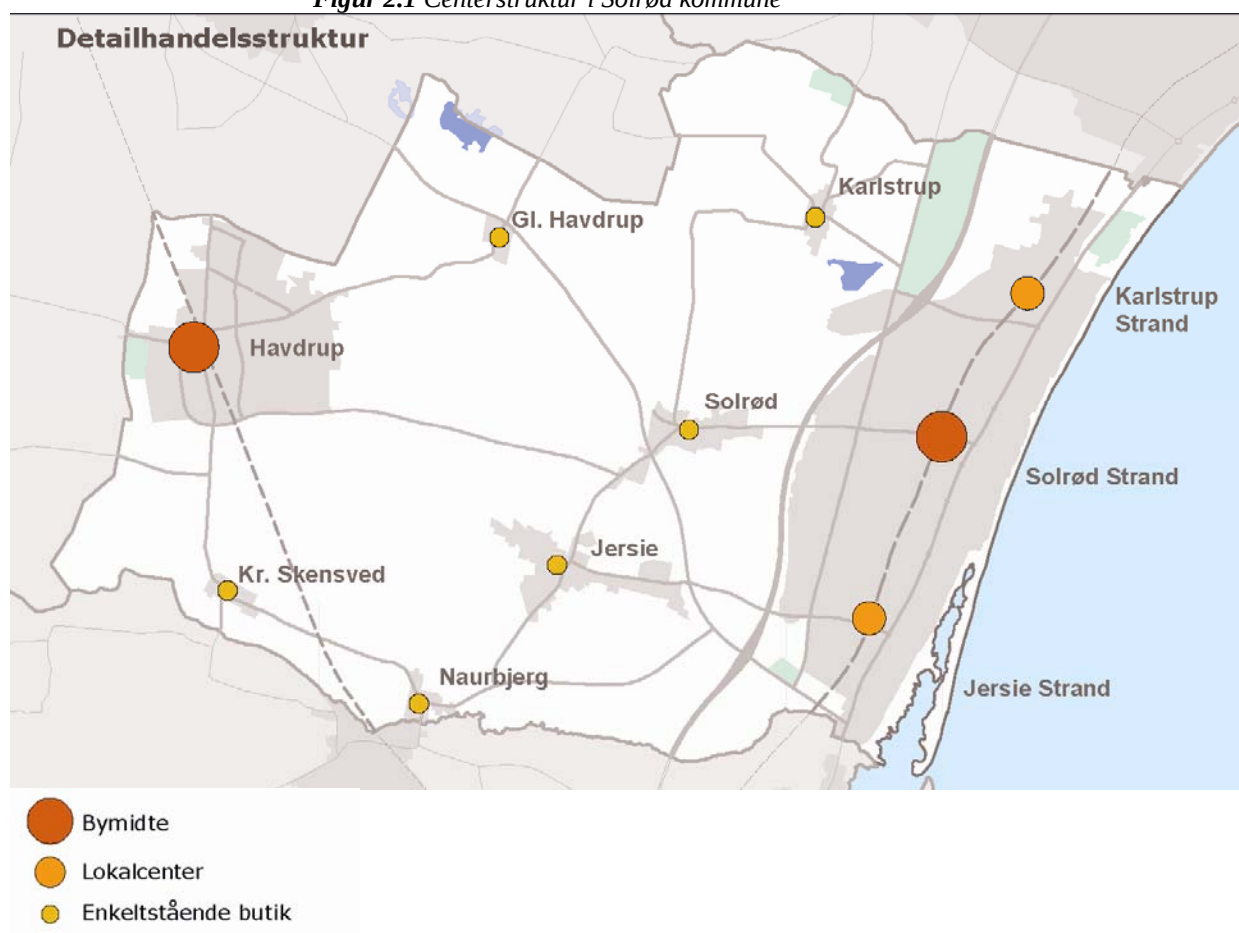
ICP har opgjort de enkelte butikkers bruttoareal samt indhentet oplysninger om omsætningen i 2009.

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer, beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer på baggrund af deres hovedaktivitet. Har en butik aktiviteter indenfor flere hovedbranchegrupper, er omsætningen fordelt indenfor disse.

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

Geografisk er resultaterne af undersøgelsen af detailhandelen opdelt ifølge gældende centerstruktur for Solrød kommune. Solrød bymidte indeholder således både Solrød Center samt en række butikker på Solrød Strandvej. Herudover er Havdrup udpeget til bymidte, mens der er lokalcentre i Trylleskoven og ved Jersie Strand.

Figur 2.1 Centerstruktur i Solrød kommune



Antal butikker

I nedenstående tabel 2.1 vises antallet af butikker i Solrød kommune.

Der er i alt 70 butikker i Solrød kommune, heraf er ca. 63 % placeret i Solrød bymidte.

Der er i alt 32 dagligvarebutikker i kommunen, hvilket svarer til en andel på 46 % i forhold til det samlede antal butikker.

I Solrød bymidte er der i alt 44 butikker, heraf er hovedparten (ca. 89 %) placeret i Solrød Center. I Solrød bymidte er 36 % af butikkerne dagligvarebutikker. Her iblandt er supermarkederne SuperBest, SuperBrugsen og Irma samt discountbutikkerne Fakta, Netto og DøgnNetto.

Langt hovedparten af kommunens udvalgswarebutikker (ca. 76 %) er placeret i Solrød bymidte. I Solrød bymidte udgør beklædningsbutikkerne ca. 30 % af det samlede antal butikker, mens boligudstørsbutikkerne udgør 11 % og øvrige udvalgsvarer udgør 23 %.

I Havdrup bymidte er i alt 10 butikker, heraf udgør dagligvarebutikkerne langt størstedelen. Her ligger blandt andet supermarkedet SuperBrugsen samt discountbutikken Netto.

I lokalcenter Jersie ligger blot én dagligvarebutik, som er discountbutikken Aldi. I lokalcenter Trylleskoven findes endnu ikke detailhandelsbutikker.

I Solrød kommune i øvrigt findes i alt 15 butikker. Her er 8 dagligvarebutikker som primært er kiosker, tankstationer og blomsterhandlere.

Tabel 2.1 Antal detailhandelsbutikker fordelt på brancher i 2010

	Dagligvarebutikker	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
Solrød Center	14	24	11	4	9	38
Solrød bymidte i øvrigt	2	4	2	1	1	6
Solrød bymidte	16	28	13	5	10	44
Havdrup bymidte	7	3	2	1	0	10
Jersie	1	0	0	0	0	1
Trylleskoven	0	0	0	0	0	0
Kommunen i øvrigt	8	7	1	1	5	15
Solrød kommune i alt	32	38	16	7	15	70

Tabel 2.2 viser udviklingen i antallet af butikker i Solrød kommune. Heraf ses det, at antallet af butikker i de to bymidter Solrød og Havdrup er steget med henholdsvis 14 butikker i Solrød bymidte og 2 butikker i Havdrup bymidte. Omvendt er antallet af butikker faldet udenfor centerstrukturen, hvor der er 5 dagligvarebutikker færre i 2010 end i 1998 og 5 færre udvalgswarebutikker.

I alt er antallet af dagligvarebutikker nogenlunde det samme i 2010 som i 1998 for hele kommunen, mens der er 5 flere udvalgswarebutikker i 2010 end i 1998 set for hele kommunen under ét.

Detailhandelen i Solrød kommune

Tabel 2.2 Udviklingen i antal detailhandelsbutikker 1998 og 2010

	Dag- ligva- rer	Udvalgs- varer i alt	Beklæd- ning	Boligud- styr	Øvrige udvalgs- varer	Detail- handel i alt
Solrød bymidte 1998	12	18	9	4	5	30
Solrød bymidte 2010	16	28	13	5	10	44
Havdrup bymidte 1998	5	3	2	1	0	8
Havdrup bymidte 2010	7	3	2	1	0	10
Kommunen i øvr. 1998	14	12	4	3	5	26
Kommunen i øvr. 2010	9	7	1	1	5	16
Solrød kom. i alt 1998	31	33	15	8	10	64
Solrød kom. i alt 2010	32	38	16	7	15	70



Butikkernes attraktion

For at give en karakteristik af butiksudbuddet har ICP i forbindelse med re-kognosceringen af butikkerne foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion.

Der er blandt andet taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment i vurderingen. Herudover spiller faktorer som butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen, disponeringen af arealerne samt butikkens indretning og fremtoning – herunder skilte og facader ind på vurderingen af den enkelte butiks attraktion.

Følgende skala er anvendt:

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

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

Den samlede gennemsnitlige attraktion for Solrød kommune i alt ligger lidt over middel for dagligvarebutikkerne, men omkring middel for udvalgswarebutikkerne for hele kommunen.

Den gennemsnitlige attraktion er højest i Solrød bymidte, hvor den ligger over middel for både dagligvarer og udvalgsvarer.

Udvalgswarebutikkerne i kommunen i øvrigt ligger generelt med en gennemsnitlig attraktion på lidt under middel, mens den gennemsnitlige attraktion for dagligvarebutikkerne ligger tættere på middel. Nedenstående tabel 2.3 viser de gennemsnitlige attraktioner for butikkerne i kommunen fordelt på branche og områder.

Tabel 2.3 Butikkernes gennemsnitlige attraktion ultimo 2010

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
Solrød Center	3,4	3,3	3,4	3,5	3,2	3,4
Solrød bymidte i øvrigt	*	3,0	*	*	*	3,2
Solrød bymidte	3,4	3,3	3,2	3,4	3,3	3,3
Havdrup bymidte	3,3	2,3	*	*	-	3,0
Jersie	*	-	-	-	-	*
Kommunen i øvrigt	2,9	2,7	*	*	2,5	2,8
Solrød kom. i alt 2010	3,3	3,1	3,1	3,1	3,1	3,2
Solrød bymidte 1998	3,4	3,2	3,2	3,3	3,0	3,3
Solrød kom. i alt 1998	3,1	2,9	2,9	3,1	2,7	3,0

* Attraktionen kan ikke vises grundet diskretionshensyn

I forhold til 1998 er den gennemsnitlige attraktion nogenlunde den samme i Solrød bymidte i 2010, mens den gennemsnitlige attraktion for hele Solrød kommune er steget en smule i perioden 1998 til 2010.

Med en gennemsnitlig attraktion indenfor dagligvarer på 3,4 ligger Solrød Center pænt i forhold til de konkurrerende udbudspunkter. F.eks. ligger Ro's Torv på samme niveau, mens den gennemsnitlige attraktion indenfor dagligvarer ligger en smule lavere i Køge bymidte, Greve Midtbycenter. Waves og Roskilde bymidte.

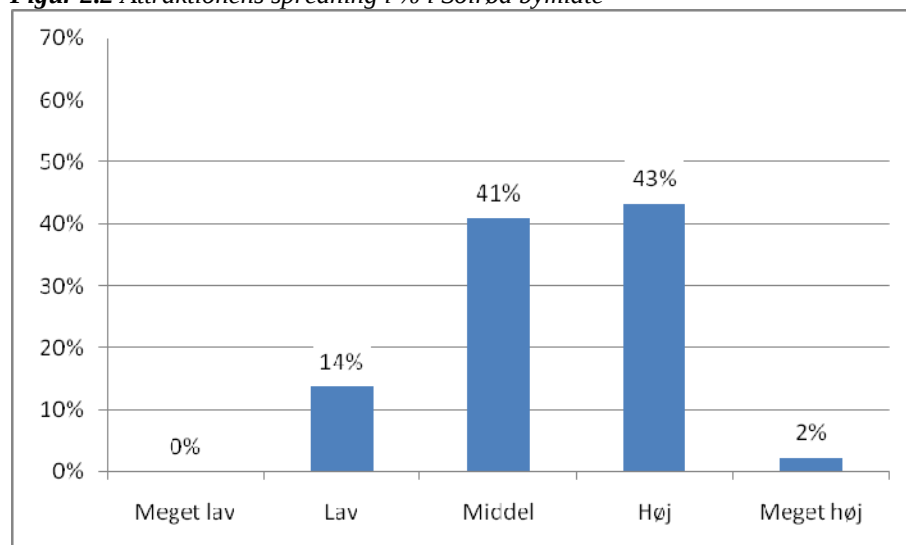
Indenfor udvalgsvarer ligger Solrød Center ligeledes pænt. Den gennemsnitlige attraktion i Køge bymidte og Ro's Torv ligger lidt over Solrød Centers, Waves ligger på samme niveau, mens Greve Midtbycenter og Roskilde bymidte ligger en smule under.

De gennemsnitlige attraktioner indeholder en vis spredning. Figur 2.2 og 2.3 viser spredningen i attraktionen i Solrød bymidte og for hele Solrød kommune.

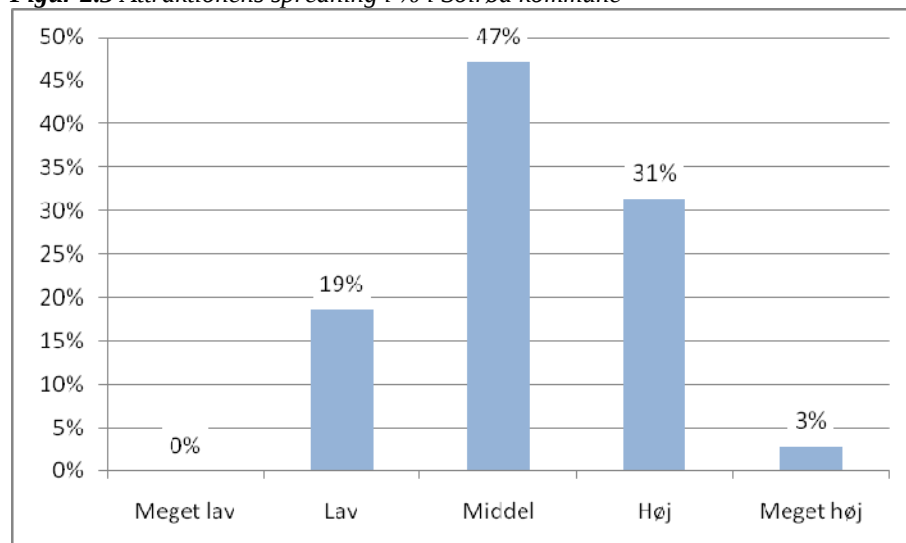
45 % af butikkerne i Solrød bymidte har en høj eller meget høj attraktion, mens kun 14 % har en lav eller meget lav attraktion. I alt har ca. 40 % af butikkerne i Solrød bymidte en attraktion på middel.

Nogenlunde samme billede gør sig gældende for hele kommunen, hvor knap halvdelen af butikkerne har en attraktion på middel, mens 33 % har en attraktion over middel og 19 % en attraktion under middel.

Figur 2.2 Attraktionens spredning i % i Solrød bymidte



Figur 2.3 Attraktionens spredning i % i Solrød kommune



Kædetilknytning

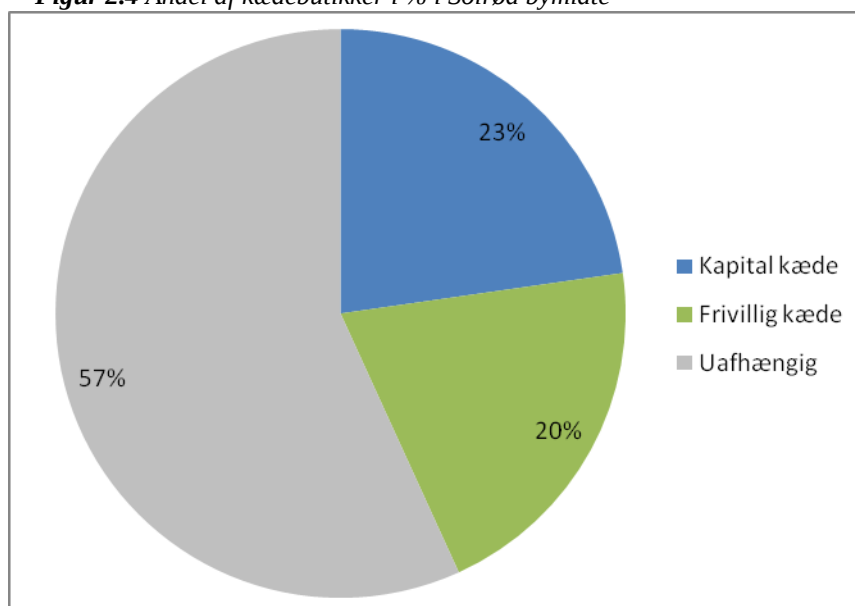
Kædebutikkerne har fået en stadigt større betydning for forbrugernes valg af indkøbssted. Et udbudspunkts styrke kan således blandt andet udtrykkes i den andel af butikkerne, som enten er del af en kapitalkæde eller en frivillig kæde.

Kædebutikker har nogle fordele for et udbudspunkt i at kunne tilbyde kundeservice som for eksempel landsdækkende bytteservice, gavekort, ensartede butikker samt mulighed for et større markedsføringsprogram end en enkelt uprofileret butik. Omvendt kan uprofilerede butikker på en helt anden måde tilpasse sortiment og personlig service til lokale forhold og kan medvirke til, at et indkøbssted ikke bare ligner alle de andre steder.

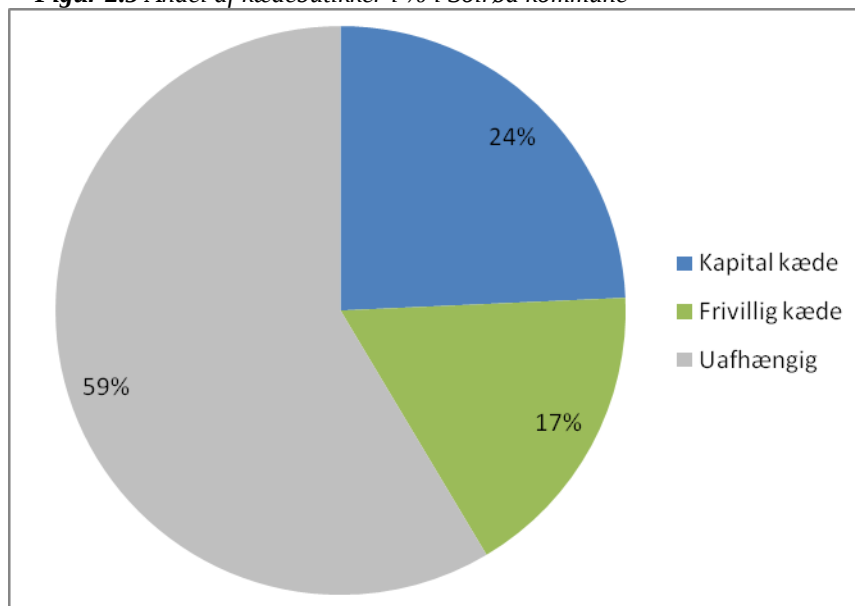
Ca. 41 % af butikkerne i Solrød kommune er medlem af et kædesamarbejde. I Solrød bymidte er kædeandelen 43 % jf. figur 2.4.

Kædeandelen i både Solrød kommune under ét og i Solrød bymidte er relativt lav sammenlignet med andre byer og især andre shoppingcentre.

Figur 2.4 Andel af kædebutikker i % i Solrød bymidte



Figur 2.5 Andel af kædebutikker i % i Solrød kommune



Det kan f.eks. nævnes, at andelen af butikker uden kædetilknytning i Waves og Ros' Torv ligger på henholdsvis 16 % og 20 %. Omvendt ligger andelen i Greve Midtbycenter, Køge og Roskilde bymidter på niveau med Solrød Center.

Pris – aldersprofil

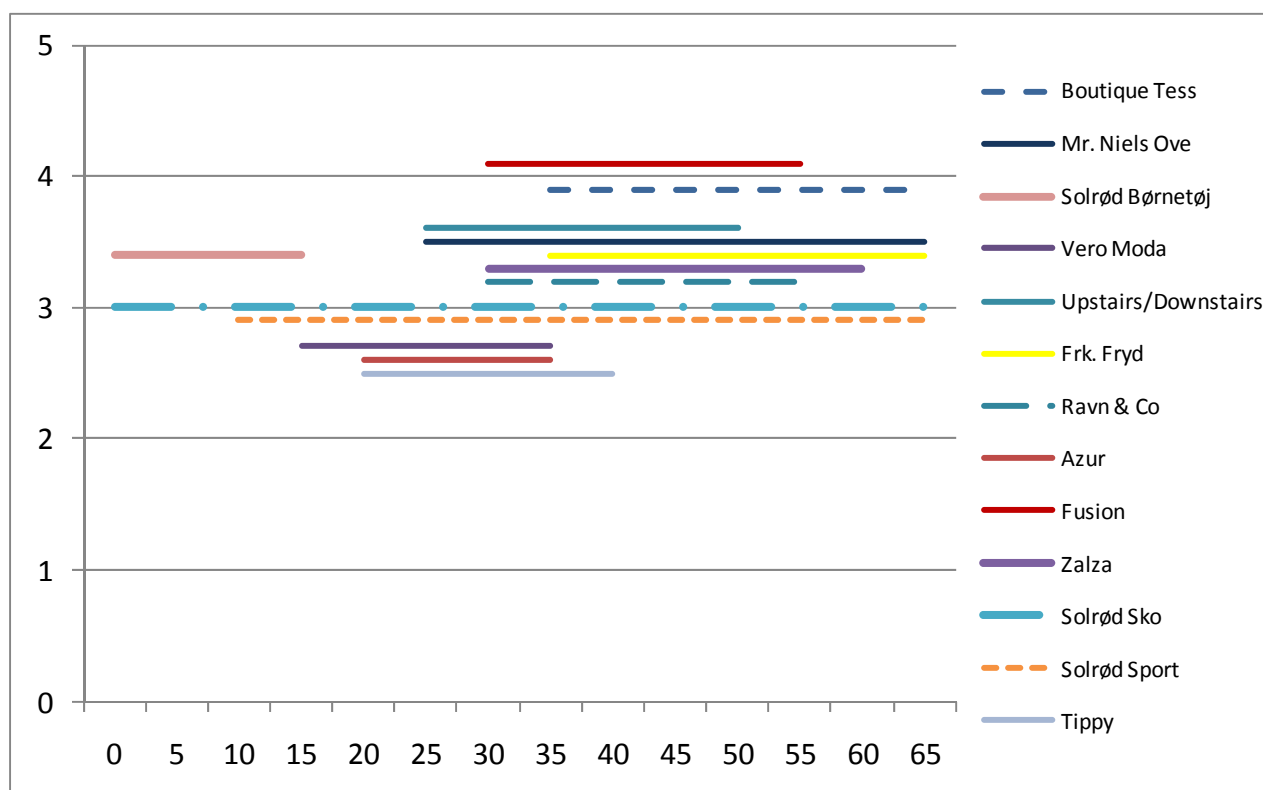
Udover en vurdering af den enkelte butiks attraktion, har ICP vurderet beklædnings- og livsstilsbutikkernes pris- og aldersprofil. På den måde skabes et overblik over, hvor delforsynet Solrød Center er i de forskellige pris- og aldersgrupper.

Prisprofilen er ligesom attraktionen kategoriseret ud fra en 5-trins skala med et spænd for den meget lave prisprofil – typisk butikker, hvor der er gjort opmærksom på at det er et lavt prisniveau for at trække kunder til – til den meget høje prisprofil, hvor prismærkningen er diskret eller ikke eksisterende. En meget høj prisprofil findes kun i meget få tilfælde i Danmark som for eksempel i de internationale luksusbutikker som for eksempel Gucci, Hermes og Louis Vuitton. Kategoriseringen sker ud fra, hvilken forventning forbrugeren må have ved mødet med butikken.

Aldersprofilen relaterer sig til den eller de primære aldersgrupper, som butikken henvender sig til.

Af figur 2.6 ses pris- og aldersprofilen for beklædningsbutikkerne i Solrød Center.

Figur 2.6 Pris- og aldersprofil for Solrød Center



Prisprofilen for beklædningsbutikkerne i Solrød Center ligger generelt på en mellem til høj-prisprofil. Der er ingen beklædningsbutikker som har en decideret lavprisprofil i Solrød Center.

Aldersfordelingen af beklædningsbutikkerne har en overvægt af butikker med en aldersprofil på 30 år eller der over. Der er meget få beklædningsbutikker for de unge mellem 15 – 30 år, og der er ingen af disse som er herretøjsbutikker.

Bruttoareal

ICP har foretaget en grov opmåling af bruttoarealet i samtlige butikker i Solrød kommune.

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

Bruttoarealerne er opgjort efter butikkens hovedbranche, det vil sige, at for eksempel dagligvarebutikker med aktiviteter inden for flere branchekategorier bliver bruttoarealet henvist til hovedbranchen dagligvarer, mens omsætningen bliver fordelt på de 4 branchegrupper dagligvarer, beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer.

Tabel 2.7 viser bruttoarealerne for detailhandelsbutikkerne i Solrød kommune.

Der er i alt knap 22.000 m² bruttoareal til detailhandel i Solrød kommune, heraf er 64 % svarende til 13.900 m² disponeret til dagligvarebutikker.

I Solrød bymidte er i alt 12.100 m² bruttoareal, heraf udgør udvalgswarebutikkerne ca. 37 %. Beklædningsbutikkerne udgør i alt 18 % af det samlede bruttoareal i Solrød bymidte.

Detailhandelen i Solrød kommune

I Havdrup bymidte er ca. 4.000 m² bruttoareal, heraf udgør dagligvarer ca. 93 % af bruttoarealet.

I kommunen i øvrigt inklusiv lokalcentrene er der i alt 4.900 m² bruttoareal, heraf udgør dagligvarer ca. 36 %.

Tabel 2.7 Bruttoareal i 2010 i m²

	Dag- ligva- rer	Udvalgs- varer i alt	Beklæd- ning	Boligud- styr	Øvrige udvalgs- varer	Detail- handel i alt
Solrød Center	7.100	4.000	2.000	900	1.100	11.100
Solrød bymidte	500	500	200	200	100	1.000
Solrød bymidte	7.600	4.500	2.200	1.100	1.200	12.100
Havdrup bymidte	3.700	300	200	100	-	4.000
Jersie	800	-	-	-	-	800
Kommunen i øvrigt	1.800	3.100	200	1.300	1.600	4.900
Solrød kommune i alt	13.900	7.900	2.600	2.500	2.800	21.800

Det samlede butiksbruttoareal er steget væsentlig fra 1998 til 2010, jf. tabel 2.5. Bruttoarealet til dagligvarer er steget ca. 58 % for hele Solrød kommune, mens bruttoarealet for udvalgsvarer er steget 12 % i samme periode for hele kommunen.

Bruttoarealet for Solrød bymidte er steget i alt 3.800 m² i perioden 1998 til 2010. Bruttoarealet for dagligvarer i Solrød bymidte er blevet 2.900 m² større, mens udvalgswarebruttoarealet er blevet 900 m² større.

I Havdrup bymidte er bruttoarealet steget med 1.400 m² for dagligvarer og ca. 100 m² for udvalgsvarer.

Tabel 2.8 Udviklingen i bruttoareal i 1998 og i 2010 (m²)

	Dag- ligva- rer	Udvalgs- varer i alt	Beklæd- ning	Boligud- styr	Øvrige udvalgs- varer	Detail- handel i alt
Solrød bymidte 1998	4.700	3.600	1.900	800	900	8.300
Solrød bymidte 2010	7.600	4.500	2.200	1.100	1.200	12.100
Havdrup bymidte 1998	2.300	200	100	100	-	2.500
Havdrup bymidte 2010	3.700	300	200	100	-	4.000
Kommunen i øvr. 1998	1.800	3.200	800	1.800	600	5.000
Kommunen i øvr. 2010	2.600	3.100	200	1.300	1.600	4.900
Solrød kom. i alt 1998	8.800	7.000	2.800	2.700	1.500	15.800
Solrød kom. i alt 2010	13.900	7.900	2.600	2.500	2.800	21.800

Omsætning

Tal for omsætningen i 2009 er blevet indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksindehavere. For enkelte butikker har ICP måttet skønne omsætningen, da indehaverne ikke har ønsket at oplyse omsætningen.

Af tabel 2.9 fremgår de indsamlede daglig- og udvalgswareomsætninger i de forskellige områder af kommunen. Af anonymitetshensyn er det for en række af områderne ikke muligt at vise omsætningstallene, ligesom omsætningen i andre områder kun kan vises helt overordnet.

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

Tabel 2.9 Omsætning i 2009 i mio. kr. incl. moms

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
Solrød Center	341	121	*	*	*	462
Havdrup bymidte	*	*	*	*	*	*
Kommunen i øvrigt	*	*	*	*	*	*
Solrød kom. i alt	567	165	65	47	53	732
Solrød kom. i alt 1997**	449	124	53	35	36	573

*kan ikke oplyses på grund af diskretionshensyn

**i 2009-priser

Den samlede detailhandelsomsætning i Solrød kommune var 732 mio. kr. inkl. moms i 2009, heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 77 %.

Den samlede omsætning i Solrød Center var 462 mio. kr. i 2009, heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 74 %.

Sammenlignet med 1997 er den samlede omsætning i Solrød kommune steget ca. 28 %. Dagligvareomsætningen er steget ca. 26 %, mens udvalgswareomsætningen er steget ca. 33 % i Solrød kommune i alt i perioden 1998 til 2010.

Kundeorienterede servicefunktioner

Sammen med butikkerne udgør de kundeorienterede servicefunktioner et udbudspunkts attraktion. Ligesom det gør sig gældende med butikker, er det væsentligt, at der er et bredt og attraktivt udbud af kundeorienterede servicefunktioner. Derfor har ICP registreret samtlige kundeorienterede servicefunktioner i Solrød Center og i Havdrup.

I USA udgør udespisning omkring 50 % af dagligvareforbruget, mens andelen er 20% i Danmark. Derfor bliver muligheden for at spise spændende i behagelige omgivelser en stadigt større og mere afgørende faktor i forbindelse med valg af indkøbssted.

Samtidig øger spisestederne kundernes opholdstid i et indkøbssted væsentligt, hvilket øger indkøbenes størrelse.

Servicefunktionerne er med til at gøre bybilledet mere varieret. Servicefunktioner som pengeinstitutter og solcentre m.v. har oftest en facade uden meget liv og kan derfor være problematisk for kundernes oplevelse af et udbudspunkt.

De udfylder dog nogle af de hverdagsfunktioner, der efterspørges af kunderne og er således medvirkende til at tiltrække kunderne til et udbudspunkt.

Der er i alt 19 kundeorienterede servicefunktioner i stueplan i Solrød Center.

Ca. 42 % af de kundeorienterede servicefunktioner er spisesteder som caféer, restauranter, grillbarer etc.

Herudover er der i alt 5 pengeinstitutter og ejendomsmæglere og 3 hel-se/skønhedsfunktioner (som f.eks. frisør, skønhedspleje, fitness) i stueplan.

Herudover er både bibliotek, rådhus og gymnasium med til at tiltrække kunder til centret men også med til at øge bevidstheden om de andre tilbud, som Solrød Centret har.

I Havdrup er der 11 kundeorienterede servicefunktioner i stueplan, heraf er der 4 spisesteder primært grillbarer. Der er herudover 5 hel-se/skønhedsfunktioner og et enkelt pengeinstitut.

Tabel 2.10 Kundeorienterede servicefunktioner i stueplan i Solrød Center og Havdrup bymidte

	Solrød Center	Havdrup
Restauranter, caféer	8	4
Pengeinstitutter m.v.	5	1
Frisører m.v.	3	5
Kulturelle udbud	1	0
Anden service	2	1
I alt	19	11

Andelen af kundeorienterede servicefunktioner i Solrød center ligger generelt på et relativt højt niveau i forhold til mange andre centre. Grunden hertil er, at centret fungerer som en egentlig bymidte for hele kommunen, hvilket medfører en række funktioner, der ofte ikke er i andre centre. Dette er naturligvis en styrke for centret.

Det er dog ICP's vurdering, at der med fordel kan etableres kaffebar/juicebar samt en moderne café/restaurant med servering af salater, sandwich, burgere og andre lette retter.

Butikker der forhandler særlig pladskrævende varegrupper

Der er foretaget en opgørelse af antallet af butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper. Der er her tale om butikker, der forhandler møbler, planter, biler, campingvogne, lystbåde samt bygge- og trælastartikler til private.

For at indgå i denne opgørelse skal forhandlere af særligt pladskrævende varer have et egentligt salgslokale.

Samtlige møbelbutikker er medtaget under boligudstyr, idet disse også sælger andre udvalgsvarer, som f.eks. billeder, lamper og andre ting til boligen. Dermed bliver de kategoriseret som udvalgswarebutikker og er ikke særligt pladskrævende.

I Solrød kommune er der i alt 4 forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper, som tilsammen har et bruttoareal på omkring 2.200 m².

Tabel 2.11 Antallet af butikker der forhandler særlig pladskrævende varegrupper samt deres bruttoareal

	Antal	Areal, m ²
Bilforhandlere	3	1.500
Trælast og -materialer	0	0
Plantecentre	0	0
Møbler	0	0
Campingvogne	1	700
Solrød kom. i alt	4	2.200



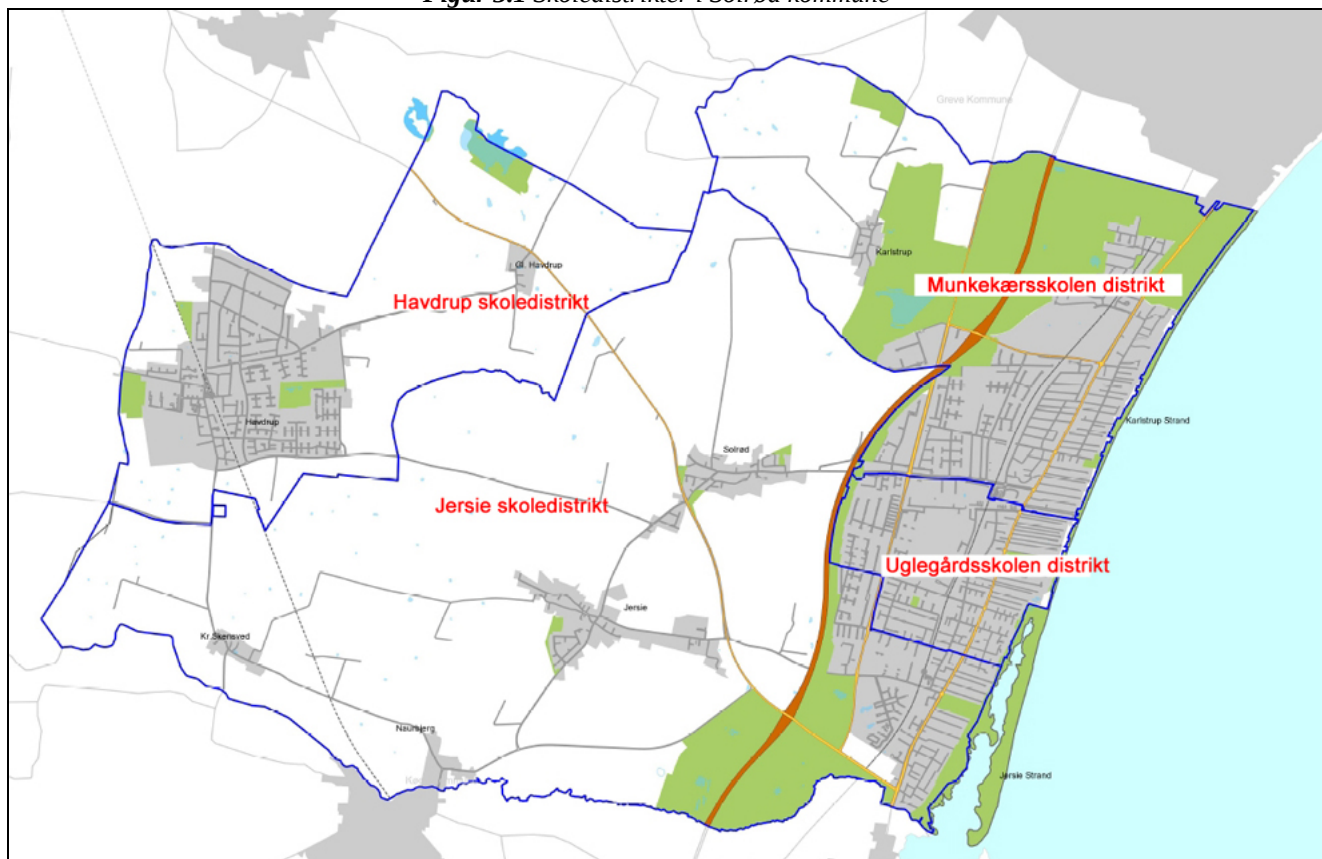
Befolknings- og forbrugsforhold i Solrød kommune

Til brug for vurderinger af udviklingsmulighederne for detailhandelen i Solrød kommune belyses størrelsen af det nuværende og fremtidige forbrug af detailhandelsvarer i de forskellige dele af kommunen.

Opdelingen er sket efter kommunens inddeling i 4 skoledistrikter, der er gengivet i figur 3.1.

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

Figur 3.1 Skoledistrikter i Solrød kommune



Datagrundlag og horisontår

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

Desuden har Solrød kommune bidraget med data omkring bl.a. befolkningsudviklingen i kommunen samt de gennemsnitlige husstandsstørrelser i hvert af de 4 skoledistrikter.

Beregningerne og opgørelserne knytter sig til 2009 samt horisontåret 2017.

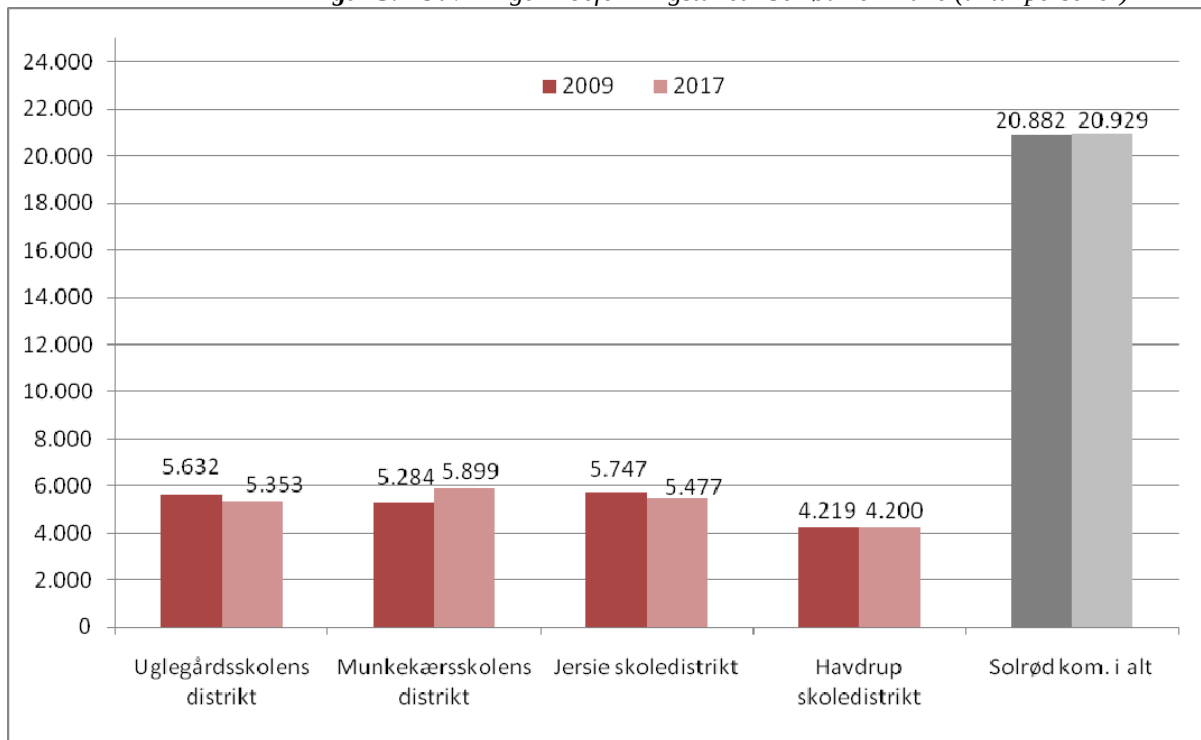
Befolknings- og indkomstforhold

Figur 3.2 viser udviklingen i befolkningstallet i Solrød kommune.

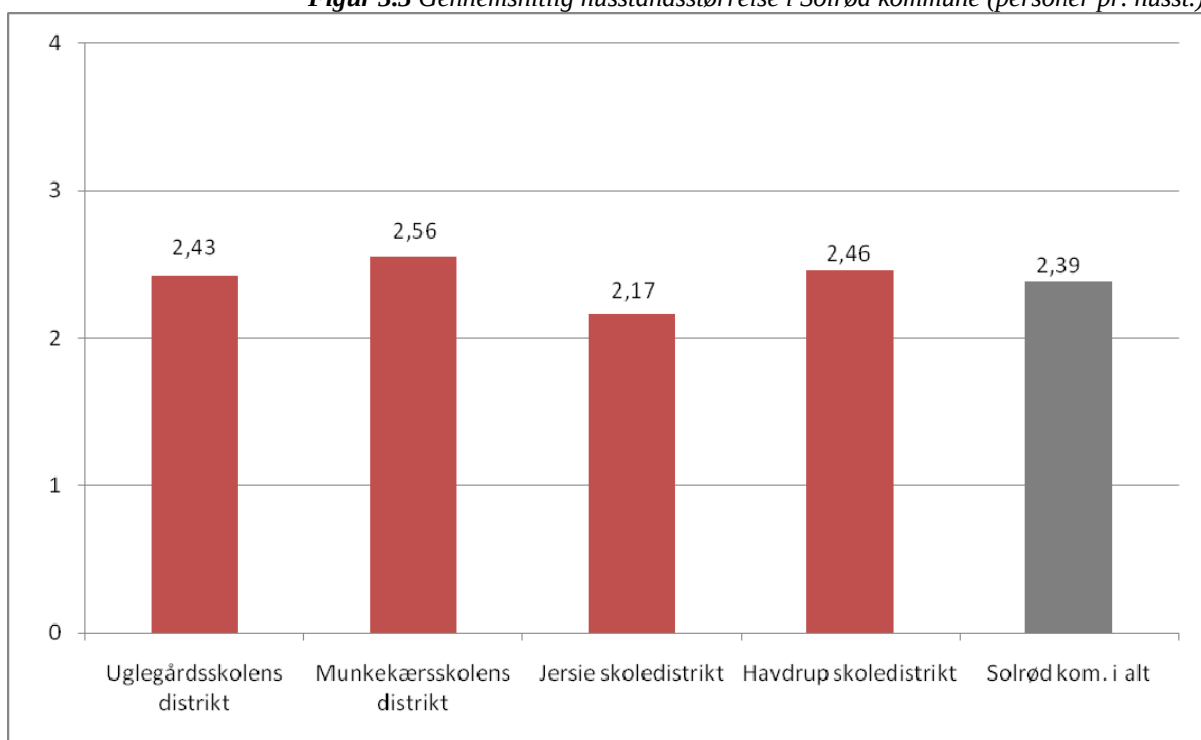
Der bor i alt knap 21.000 personer i Solrød kommune. Det samlede befolkningstal forventes at ligge meget stabilt i perioden frem mod 2017. Der er dog relativ stor forskel på befolkningsudviklingen i de enkelte skoledistrikter.

I Uglegårdsskolens distrikt og i Jersie skoledistrikt forventes befolkningstallet at falde ca. 5 % i perioden 2009 til 2017, mens folketallet er stabilt i Havdrup skoledistrikt og stigende i Munkekærsskolens distrikt.

Figur 3.2 Udviklingen i befolkningstallet i Solrød kommune (antal personer)



Figur 3.3 Gennemsnitlig husstandsstørrelse i Solrød kommune (personer pr. husst.)



Niveauer for husstandsindkomst og - størrelse

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

Niveauet for den gennemsnitlige husstandsindkomst i Solrød kommune ligger på omkring 580.000 kr., hvilket er en del over landsgennemsnittet (ca. 460.000 kr.).

Niveauet for den gennemsnitlige husstandsstørrelse i de 4 skoledistrikter i Solrød kommune fremgår af figur 3.3. Som reference skal det nævnes, at landsgennemsnittet ligger på ca. 2,05 personer pr. husstand.

Forbrugsforhold

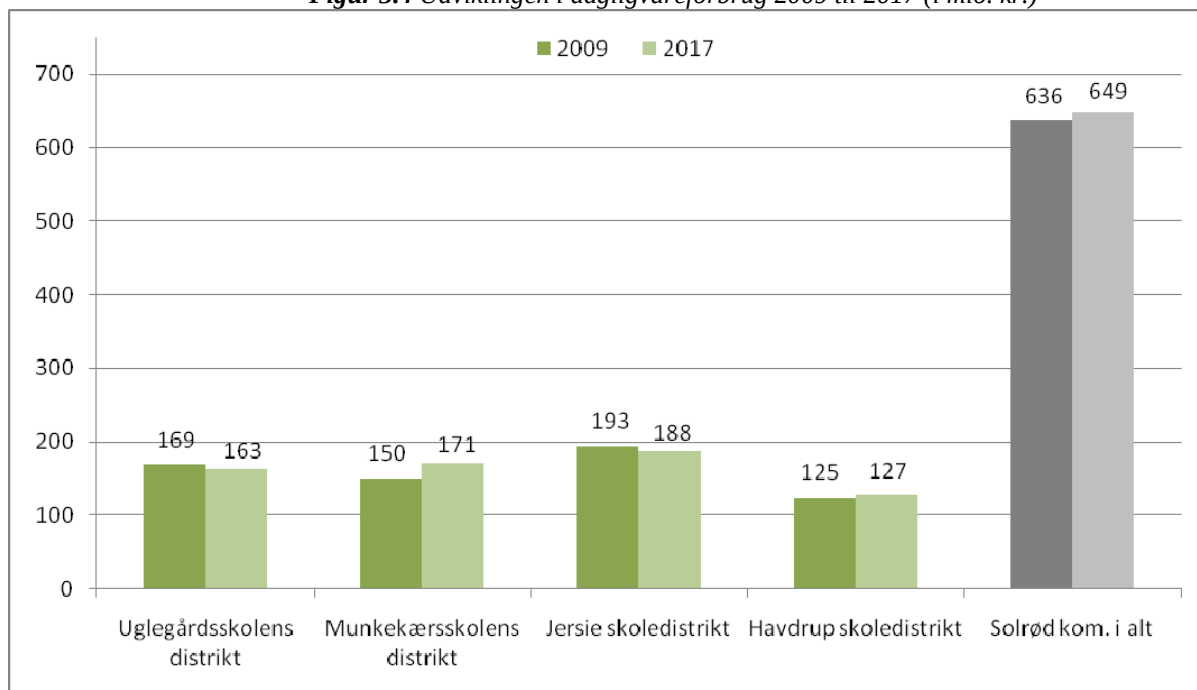
På baggrund af ovenstående oplysninger om befolknings- og indkomstforholdene samt ICPs specialtabeller fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser er dagligvareforbruget for 2009 og 2017 beregnet.

Det samlede dagligvareforbrug er beregnet til knap 640 mio. kr. i 2009 i Solrød kommune betragtet under ét, jf. figur 3.4.

Det forventes, at det samlede dagligvareforbrug i kommunen stiger ca. 2 % i perioden 2009 til 2017. Således forventes det samlede dagligvareforbrug i Solrød kommune at ligge på ca. 650 mio. kr. i 2017.

Som det ligeledes fremgår af figur 3.4, er det husstandene i skoledistrikterne Jersie og Uglegårdsskolen, der tegner sig for det største dagligvareforbrug, mens dagligvareforbruget er mindst i Havdrup. Dette hænger sammen med antallet af borgere samt husstandenes gennemsnitlige størrelse i de enkelte distrikter.

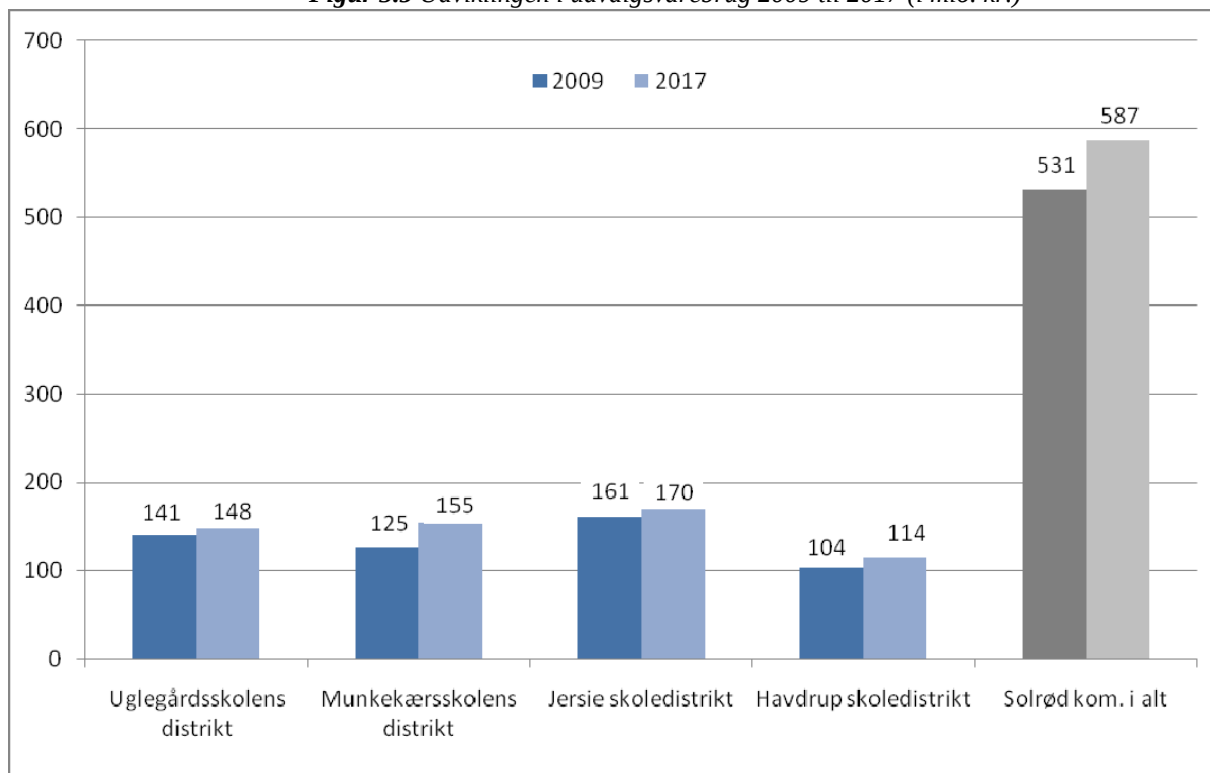
Figur 3.4 Udviklingen i dagligvareforbrug 2009 til 2017 (i mio. kr.)



Forbruget af udvalgsvarer – det vil sige hovedbranchegrupperne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer – er for 2009 beregnet til i alt ca. 530 mio. kr. i hele Solrød kommune i 2009. Det forventes, at udvalgsvarerforbruget vil være steget med ca. 11 % til knap 590 mio. kr. i 2017.

Det samlede forbrug i Solrød kommune er således i alt knap 1,2 mia. kr.,
hvoraf de knap 640 mio. kr. er forbrug af dagligvarer.

Figur 3.5 *Udviklingen i udvalgswarebrug 2009 til 2017 (i mio. kr.)*





Handelsbalance

Ved at sætte den realiserede omsætning i butikkerne i Solrød kommune i forhold til forbruget i kommunen fås et udtryk for dækningsgraden eller hvor stor en del af det potentielle forbrug i Solrød kommune, der svarer til omsætningen i butikkerne i hele kommunen i 2009.

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

I det følgende er forholdet mellem omsætningen og forbruget af henholdsvis daglig- og udvalgsvarer beregnet for Solrød kommune.

Handelsbalance

I Solrød kommune var der i 2009 på dagligvarer et forhold mellem omsætning og forbrug på 89 %, mens handelsbalancen var 33 % for udvalgsvarer.

Det vil sige, at dagligvareomsætningen i butikkerne i hele Solrød kommune er 11 % lavere end det samlede dagligvareforbrug i kommunen. Udvalgsvareomsætningen er tilsvarende 69 % lavere end det samlede udvalgsvareforbrug i Solrød kommune.

Tallene viser således, at Solrød kommune holder en del af deres dagligvarehandel hjemme, mens en væsentlig del af kommunens borgeres udvalgsvareforbrug dækkes ved køb udenfor kommunen.

I forhold til den senest opgjorte handelsbalance fra 1997, har Solrød øget sin position på både dagligvarer og udvalgsvarer. Antallet af butikker er især steget i Solrød Centret i perioden 1998 til 2010.

Omvendt bliver en stor del af Solrød borgernes udvalgsvareforbrug fortsat dækket ved køb i de omkringliggende større udbudspunkter.

Tabel 4.1 Omsætning/forbrug i Solrød kommune i 1997 og i 2009 (%)

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
1997	81	27	36	16	38	56
2009	89	33	45	17	48	64

Handelsbalancen indikerer både for så vidt angår dagligvarer og udvalgsvarer, at Solrød Center ligger mellem 2 noget større konkurrenter – Køge bymidte og Waves.

Der er en del varegrupper og butikstyper, hvor der i Solrød kommune ikke findes noget væsentligt udbud, f.eks. underholdningselektronik, legetøj og møbler.

Det er dog værd at bemærke, at der indenfor begge varegrupper er tale om stigninger siden 1998.

Ser man på handelsbalancen for henholdsvis Køge og Greve kommuner lå handelsbalancen i Køge kommune i 2003 på 121 % indenfor dagligvarer og 137 % på udvalgsvarer. I Greve kommune lå handelsbalancen i 2006 indenfor dagligvarer på 111 % og på 105 % indenfor udvalgsvarer.



Den fremtidige konkurrencesituation

Den fremtidige konkurrencesituation

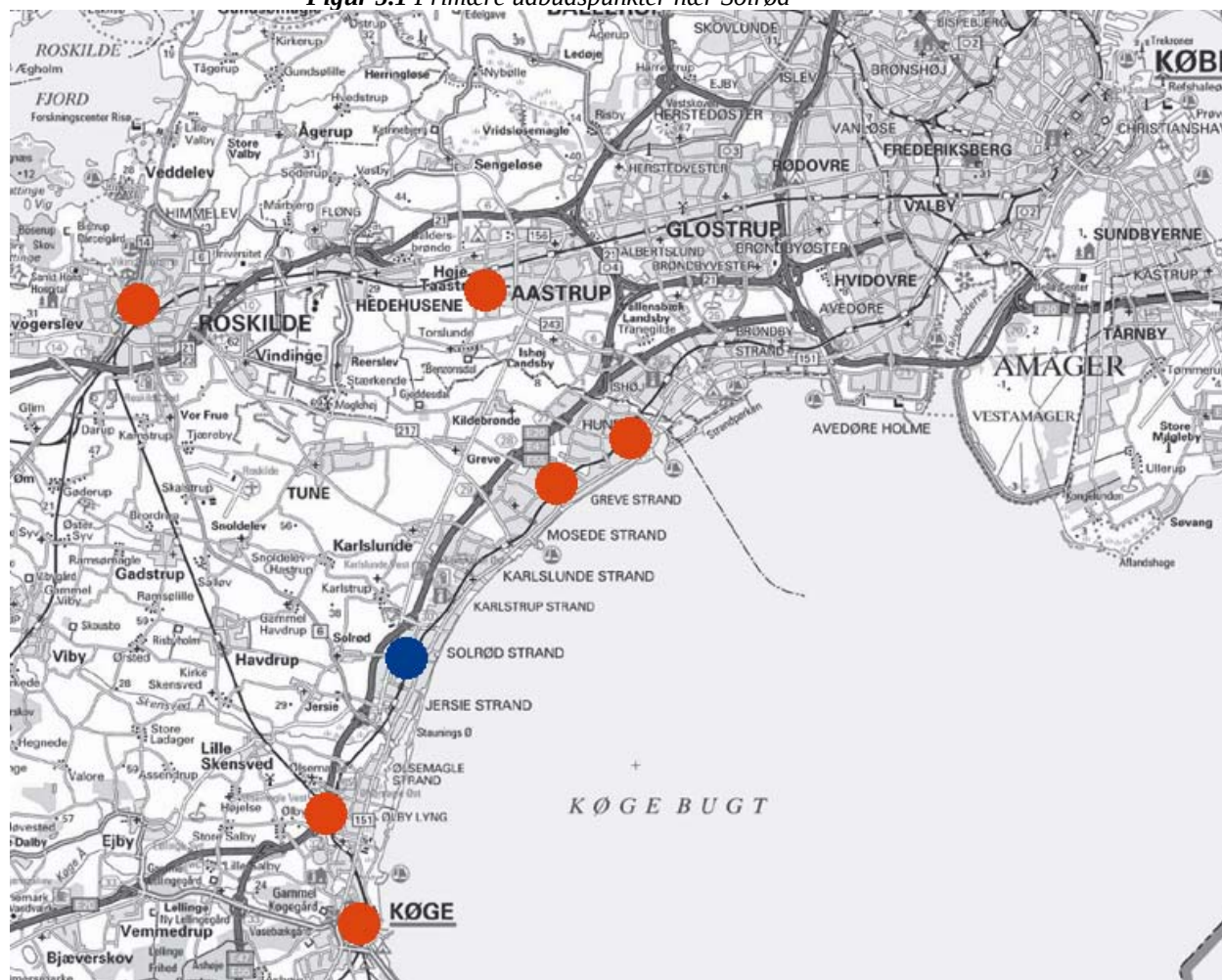
I det følgende beskrives en række forhold i den overordnede og fremtidige konkurrencesituation, som kan påvirke detailhandelen i Solrød kommune.

Der er fortsat en generel skærpelse af konkurrencen mellem regionens store udbudspunkter ikke mindst efter udvidelsen og renoveringen af Hundige Storcenter til Waves, som åbnede i efteråret 2009.

Det må forventes at forbrugernes mobilitet fortsat er stigende og at de fortsat er villige til at køre længere for det rigtige udbud af udvalgsvarer og de bedste oplevelser.

Nedenstående vises de udbudspunkter som har betydning for detailhandelen i Solrød kommune. Det er de regionale udbudspunkter Køge bymidte, Roskilde bymidte med shoppingcentret Ro's Torv, shoppingcentret City 2 i Høje Taastrup samt shoppingcentret Waves i Hundige. Herudover har Greve Midtby Center og Ølby Torvecenter en vis betydning for konkurrencesituationen i Solrød.

Figur 5.1 Primære udbudspunkter nær Solrød



Waves

I efteråret 2009 åbnede Waves (det tidligere Hundige Storcenter) efter en renovering og udvidelse på 12.000 m² af den østlige del af centret. Der er omkring 90 detailhandelsbutikker og 20 kundeorienterede servicefunktioner.

Centret er på omkring 65.000 m² og er dermed et af de største shoppingcenter i Danmark.

Waves havde i 2009 en omsætning på knap 1,9 mia. kr. Målet er dog, at omsætningen i Waves skal være 2,8 mia. kr. i 2012, samt at der er omkring 8 mio. besøgende. Hermed må det forventes, at Waves får en markant større betydning for forbrugerne i Hovedstadsområdet.



Roskilde bymidte og Ro's Torv

Roskilde bymidte er et af de absolut største butiksudbud på Sjælland og er således et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i et betydeligt område.

Der er omkring 182 butikker i Roskilde bymidte, som er koncentreret på gaden Algade. Mere end 80 % af butikkerne svarende til ca. 146 butikker er udvalgswarebutikker. Bymidten rummer mange butikker inden for mange branchegrupper herunder også mere specialiserede butikker.

Få hundrede meter fra bykernen ligger Ro's Torv, som har 66 butikker i et overdækket shoppingmiljø. Centret blev i 2009 udvidet med omkring 10.000 m². Ankerbutikkerne er Føtex, Hennes & Mauritz og Stadium. Ro's Torv havde i 2009 en omsætning på 527 mio. kr. og havde 3,3 mio. besøgende.



City 2

Shoppingcenteret City 2 i Høje Taastrup er som regionalt udbudspunkt et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i den sydvestlige del af Hovedstadsregionen.

Centret er et af Danmarks største shoppingcentre. Her er 81 detailhandelsbutikker og 14 kundeorienterede servicefunktioner fordelt på i alt 63.000 m² butiksareal til udlejning. Ankerlejerne er varehuset Føtex og H&M. Omsætningen var i 2009 på 1,4 mia. kr. med 4,4 mio. besøgende.

City 2, som er opført i 1975, er på nuværende tidspunkt ved at foretage en gennemgribende renovering samt nye butikker efter lukningen af Kvickly, Elgiganten og Bauhaus.

Den "extreme makeover" er efter planen færdig i 2012.



Køge bymidte

Køge bymidte, som ligger ca. 10 km syd for Solrød Center, er et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i Køge samt Stevn.

Der er i alt omkring 168 detailhandelsbutikker i Køge bymidte, heraf er ¾ af butikkerne udvalgswarebutikker. Herudover er 127 kundeorienterede servicefunktioner, heraf er her omkring 38 spisesteder.

Kædeandelen i Køge bymidte er relativ lav sammenlignet med shoppingcentre, kun ca. 40 % er medlem af et kædesamarbejde i Køge bymidte.



Ølby Torvecenter, som ligger ved Ølby Station, er en koncentration af alene dagligvarebutikker. Der er i alt 11 dagligvarebutikker, heriblandt Føtex, Aldi, Netto, Rema 1000 og Lidl. Her er dog kun 2 udvalgswarebutikker en genbrugsbutik og en garn/stofbutik.

Ølby Torvecenter ligger ca. 8 km syd for Solrød Center.

Her er i alt 26 detailhandelsbutikker, heraf er ca. 62 % udvalgswarebutikker. Her er i alt 10 dagligvarebutikker blandt andet varehuset Føtex og supermarkedet SuperBest, samt discountbutikken Netto.



Den fremtidige konkurrencesituation

Generelt forventes der en skærpet konkurrencesituation på dagligvaremarkedet og i detailhandelen generelt frem til 2017. Nedenfor beskrives en række forhold, som også kan påvirke den fremtidige konkurrencesituation for detailhandel i Solrød.

Ved **Karlslunde Station**, ca. 6 km nord for Solrød Center, er der planlagt et bydelcenter med et samlet bruttoareal på 6.000 m² detailhandel. Centret forventes at komme til at indeholde et supermarked og en discountbutik, samt et par mindre udvalgswarebutikker og andre kundeorienterede servicefunktioner. Etableringen af Karlslunde Centret vil betyde at dagligvareforsyningen i Karlslunde-området bliver væsentligt forbedret, hvilket igen kan betyde, at kunderne i mindre udstrækning til at besøge Greve Midtby Center og Solrød Center.

Køge har i sommeren 2010 afsluttet en konkurrence om en udviklingsplan for Køges nye bydel Køge Kyst. Det er en plan som skal forbinde den eksisterende bymidte med havnearealerne og dermed er der mulighed for yderligere 20.000 m² detailhandel i den nye bymidte. Den videre tidsplan kendes ikke på nuværende tidspunkt, men ICP forventer at der maksimalt er etableret yderligere 10.000 m² detailhandel i Køge bymidte inden 2017.

I **Taastrup** er der planer om et nyt shoppingcenter syd for Taastrup station. Taastrup Torv skal rumme 8.000 m² detailhandel, herunder et varehus. Det forventes at åbne foråret 2012.

Glostrup Storcenter er blevet udvidet med 6.000 m² og har fået foretaget en gennemgribende renovering heriblandt fået en helt ny facade. Centret har skiftet navn til Glostrup Shoppingcenter.

I **Roskilde** kommune bliver der arbejdet på at byudvikle Røde Port, som er området mellem stationen og Køgevej. Her er planen at etablere detailhandel, hotel, kontorer samt beboelse.

Herudover bliver der arbejdet på at etablere et shoppingcenter i Algade i Roskilde på Sortebrødre Plads bag Kvickly på i alt 22.000 m². Planen er at bygge et nyt p-hus i tilknytning til Kvickly samt mere detailhandel.

I Hovedstadsområdet i øvrigt er der planer om at udbygge **Field's** med en anden fase på i alt 56.000 m², som skal indeholde for eksempel bolig, kontor og leisure. Man er så småt begyndt at planlægge og udvikle omkring 8.000 m² til formentlig detailhandel og eventuelt biograf. Den nøjere tidsplan kendes endnu ikke.

På den modsatte side af Øresund i Hyllie er der planer om at bygge et stort shoppingcenter **Emporia**. Udlejningsarealet bliver på 68.000 m² til detailhandel og skal huse op til 200 butikker og godt 20 spisesteder og leisurefunktioner. Herudover er der planlagt boliger, kontorer og parkeringshus i 7 etager. Malmö Arena med plads til 12.500 siddepladser åbnede ultimo 2008 og ligger ved siden af Emporia. Med en beliggenhed kun ca. 20 minutters bilkørsel fra København og en ny togstation lige ved Emporia, må det forventes, at det kommende shoppingcenter også vil kunne tiltrække kunder fra Københavnsområdet. Emporia er planlagt at åbne efteråret 2012.

Herudover er det planen, at grønt og blomstermarkedet **Torvehallerne** på Israels Plads i 2011 skal åbne med 60 – 80 stadepladser på i alt 2.500 m², hvor der vil være mulighed for at købe friske fødevarer.

Herudover er der planer om yderligere detailhandel i **Valby, Vanløse, Domus Vista, Flintholm** og **Carlsberg** i Valby.



Solrød i den regionale struktur

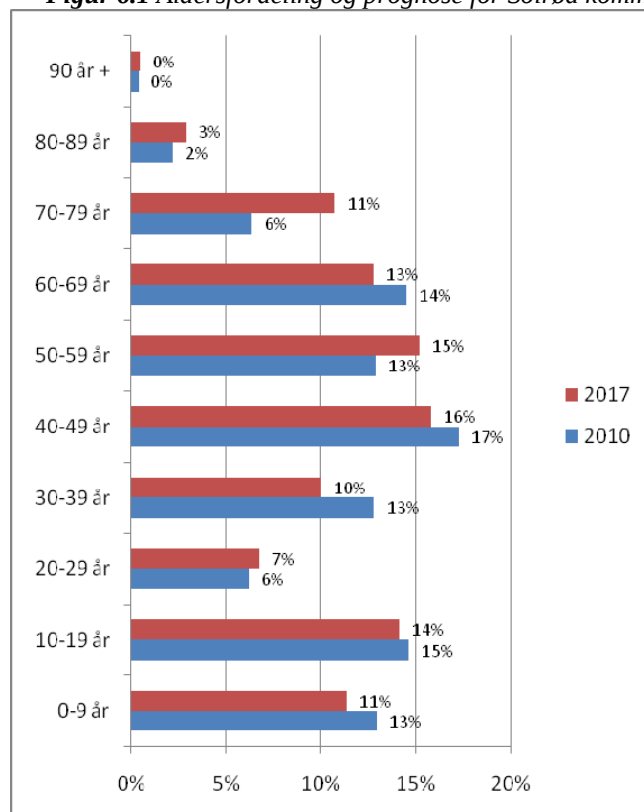
Solrød kommune er placeret i den nordlige del af region Sjælland tæt på Hovedstadsregionen.

Nedenstående afsnit sammenligner Solrød kommune med de omkringliggende kommuner samt Region Sjælland. Herefter belyses den overordnede regionale struktur og planloven med særligt henblik på Solrød kommune.

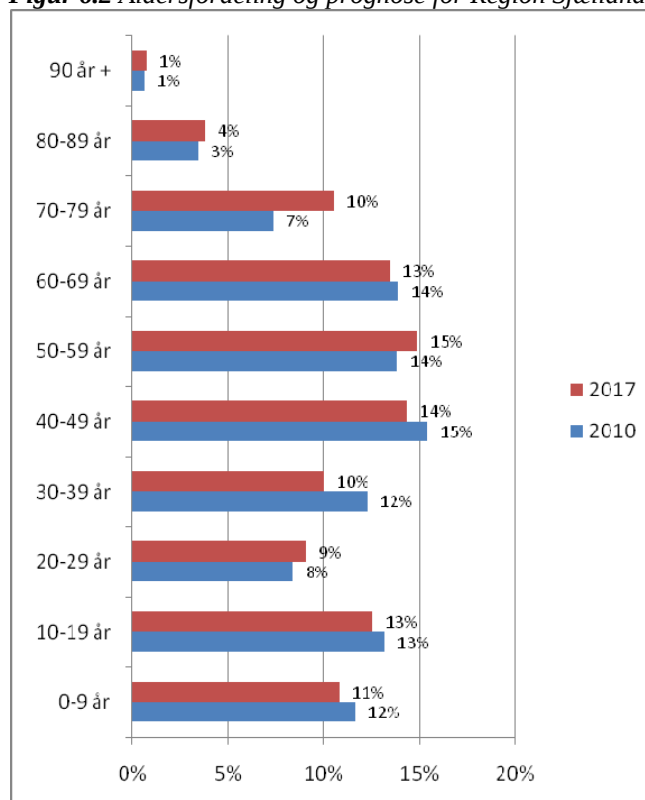
Aldersfordeling

Følgende viser forskellen i aldersfordelingen i Solrød kommune sammenlignet med resten af Region Sjælland.

Figur 6.1 Aldersfordeling og prognose for Solrød kommune



Figur 6.2 Aldersfordeling og prognose for Region Sjælland



I Solrød er 28 % af befolkningen 19 år eller derunder, mens ca. 22 % er 60 år eller der over. Ca. 30 % af befolkningen er mellem 30 -49 år i Solrød kommune. Aldersfordelingen i Solrød kommune er nogenlunde magen til gennemsnittet for hele region Sjælland.

I perioden frem til 2017 vil der komme flere ældre, men færre børn og unge. I Solrød kommune betyder det, at der i 2017 forventes at være 25 % på 19 år eller derunder, mens 27 % vil være over 60 år. Det er en stigning i antallet af ældre på ca. 20 %, mens antallet af børn og unge forventes at falde ca. 7 % i perioden 2010 til 2017.

Indkomstforhold

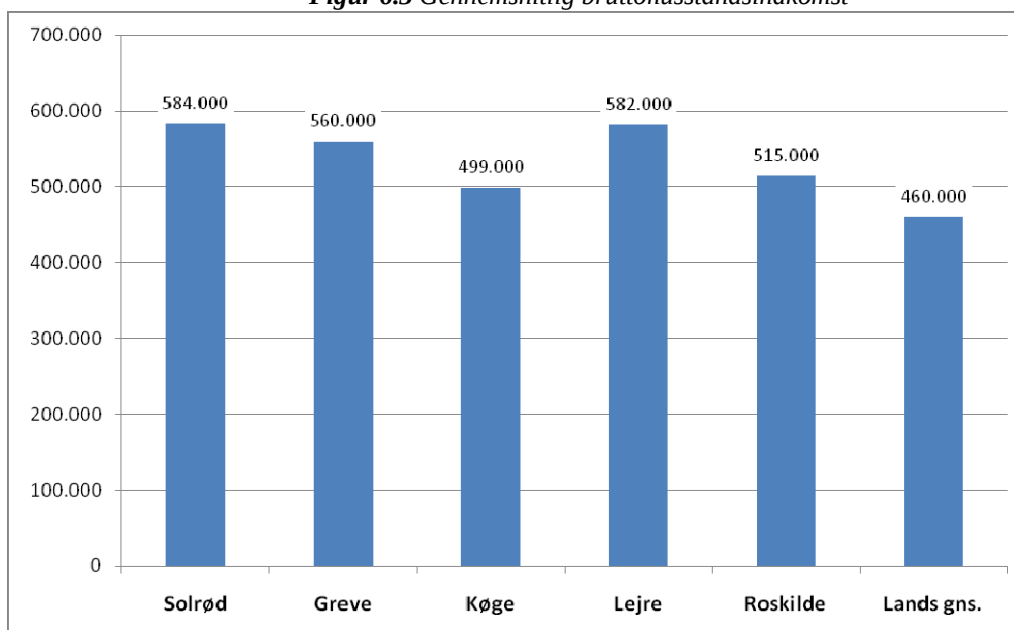
Figur 6.3 viser forskellen i indkomstforholdene i Solrød kommune og de omkringliggende kommuner.

Den gennemsnitlige bruttohusstandsindkomst ligger et godt stykke over landsgennemsnittet i Solrød kommune. Solrød kommune har ligeledes en højere gennemsnitlig bruttohusstandsindkomst end de omkringliggende kommuner, jf. figur 6.3.

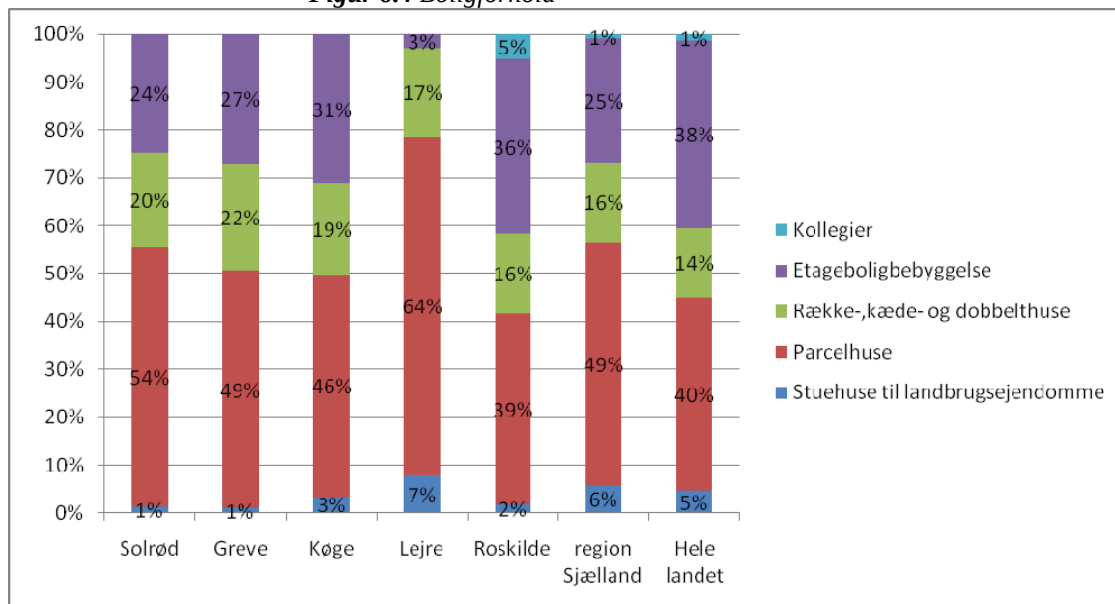
Solrød kommune har ligeledes sammenlignet med de øvrige omkringliggende kommuner langt flere parcelhuse og færre etageboligbebyggelser. I Solrød er 74 % af boligerne parcelhuse/rækkehuse og 24 % af boligerne er etageboligbebyggelse.

I Region Sjælland er 65 % af boligerne parcelhuse/rækkehuse og 25 % er etageboligbebyggelse, mens landsgennemsnittet er 54 % parcelhuse/rækkehuse og 38 % etageboligbebyggelse.

Figur 6.3 Gennemsnitlig bruttohusstandsindkomst



Figur 6.4 Boligforhold

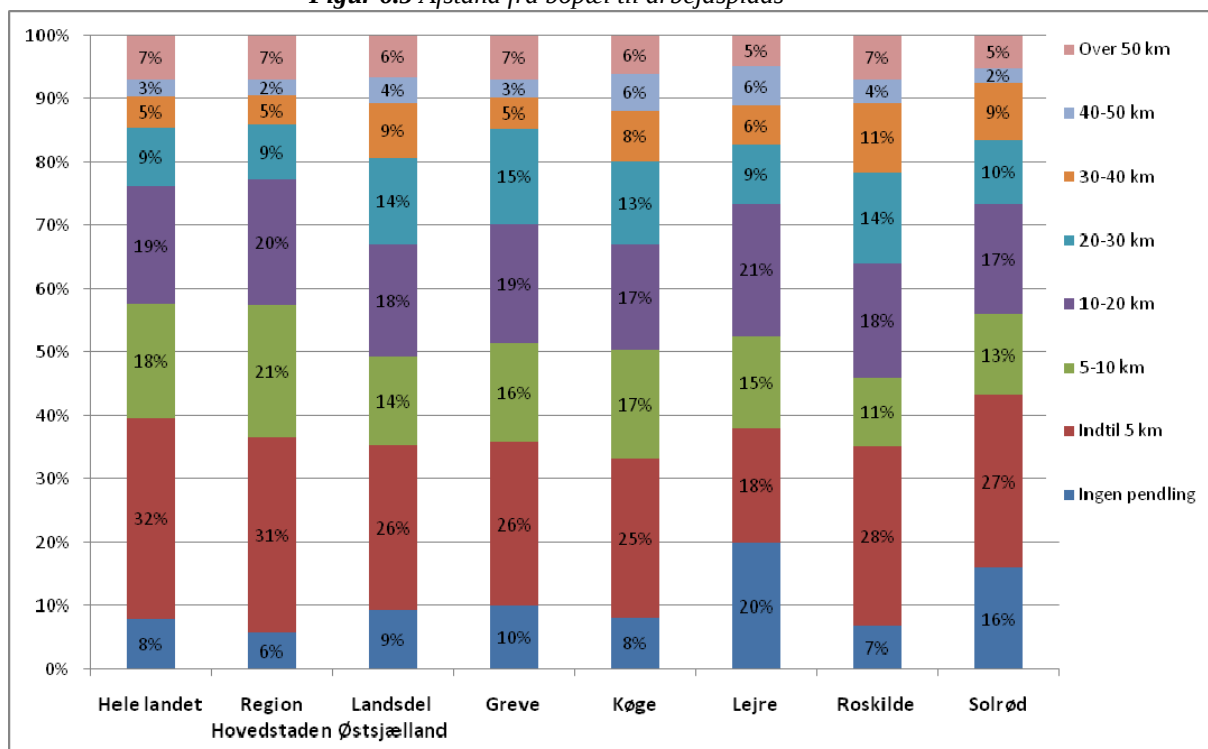


Pendling

I Solrød kommune bor og arbejder ca. 4.900 personer, mens ca. 2.900 pendler ind i kommunen (bor ikke i kommunen, men arbejder i kommunen). Ca. 8.900 personer pendler ud af kommunen.

I gennemsnit har en dansker omkring 19,1 km til arbejde, i Solrød har borgerne i gennemsnit 17 km til arbejde. Omkring 40 % af borgerne i Solrød kommune har under 10 km til arbejde, mens 16 % har over 30 km til deres arbejde.

Figur 6.5 Afstand fra bopæl til arbejdsplads



Den overordnede centerstruktur

Den overordnede strategi for udviklingen af centerstrukturen i Hovedstadsregionen har, siden man udarbejdede den såkaldte fingerplan i 1947, været at opbygge en decentral serviceforsyning.

Figur 6.6 illustrerer koncentrationen af byudviklingen i de "fem fingre".

Formålet har dels været at lette presset på Københavns City, dels at søge at lokalisere detailhandel så tæt på borgernes bopæl som muligt.

Figur 6.6 Femfinger planen



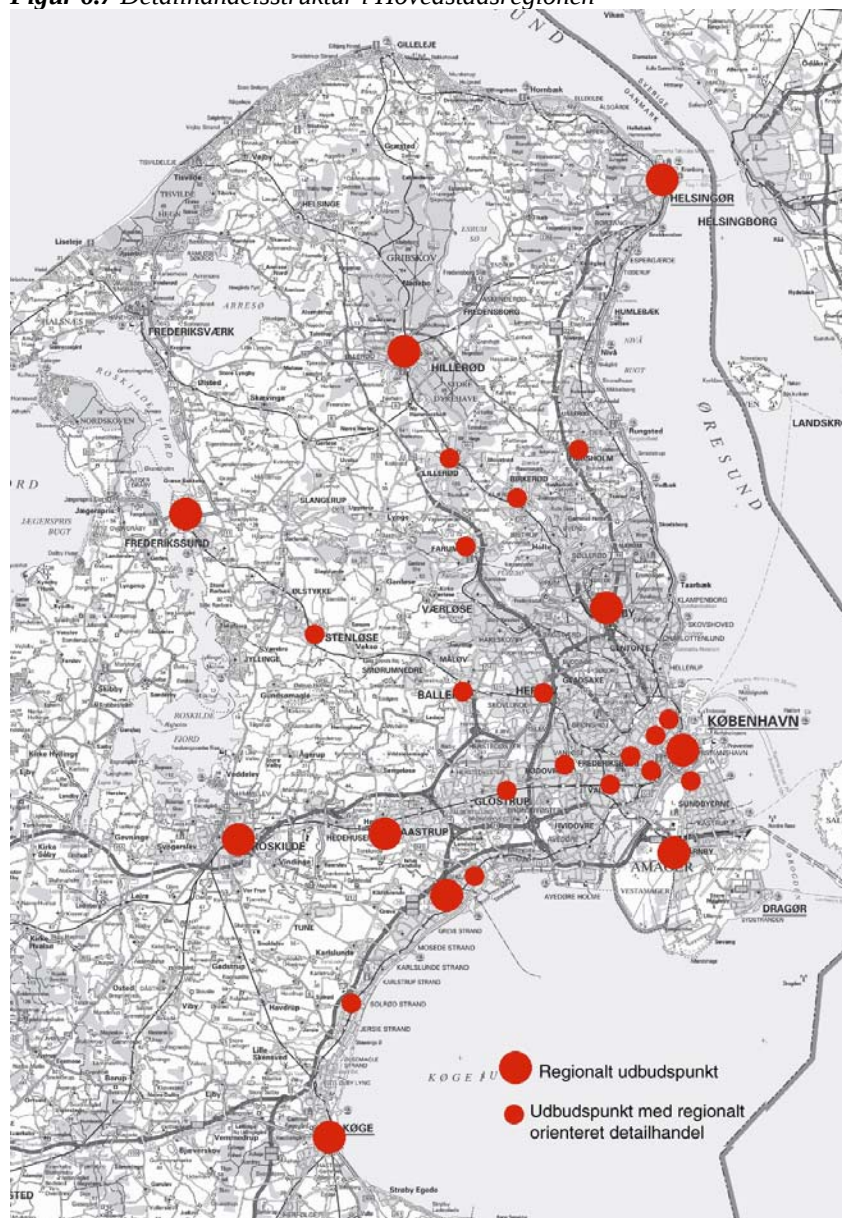
Femfinger plan (1947)– lille hånd

Femfingre strukturen (2003)– stor hånd

Derfor har man opbygget en række kommuncentre/bydelscentre i forstæderne, fortrinsvis placeret i tilknytning til S-banestationerne. Herudover var planen, at man på særlig trafikalt velbeliggende punkter i forstadsområderne etablerede regionale centre, som skulle indeholde butikker, som normalt kun ville søge en lokalisering i Københavns City.

Figur 6.7 viser den overordnede detailhandelsstruktur i Hovedstadsregionen. Heraf ses det, at Solrød er defineret som udbudspunkt med regionalt orienteret detailhandel, mens de øvrige udbudspunkter tæt på Solrød som Køge, Roskilde, Hundige og City 2 er defineret som udbudspunkter med regional detailhandel.

Figur 6.7 Detailhandelsstruktur i Hovedstadsregionen



Planloven

Planloven fastlægger, at arealer til butiksformål skal udlægges i den centrale del af en by.

Udover planloven fastsætter ”landsplandirektivet om beliggenhed af bymidter, bydelscentre og aflastningsområder mv. til detailhandel i hovedstadsområdet” retningslinjerne for detailhandelsplanlægning i hele hovedstadsområdet, som også gælder Solrød kommune.

I landsplandirektivet ligger Solrød bymidte i det ydre storbyområde kaldet byfingrene. Solrød bymidte er udpeget til øvrigt center med regional betydning, hvilket betyder, at udvalgsvaretailhandel skal placeres her. Solrød kommune fastlægger selv det maksimale bruttoareal til butiksformål i Solrød bymidte.

Planloven fastslår, at dagligvarebutikker maksimalt må have et bruttoareal på 3.500 m² og udvalgswarebutikker maksimalt må være 2.000 m² i bymidter og bydelscentre.

I lokalcentre kan der maksimalt udlægges 3.000 m² og en butik må ikke være over 1.000 m².

Uden for bymidten kan der fremadrettet ifølge planloven alene udlægges arealer til lokale butikker til et områdes daglige forsyning samt butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Disse varer er udtømmende defineret i planloven som ”butikker, der alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt i særlige tilfælde møbler.”

Der er på nuværende tidspunkt planer om ændringer af planloven, så den primært skal give yderområderne mere fleksibilitet.

Lovforslaget vil give alle kommuner bortset fra hovedstadsområdet ret til at opføre en stor udvalgswarebutik på over 2.000 m² hvert fjerde år. Kravet er, at butikken skal ligge i en bymidte i en by med over 3.000 indbyggere.

Samtidig er det planen at gøre det mere fleksibelt at placere store udvalgswarebutikker udenfor bymidten i byer med over 40.000 indbyggere. Det skal også være muligt i bymidter at reetablere eller omplacere butikker, som har et større bruttoetageareal end de nuværende lovlige grænser.

Lovforslaget forventes at blive vedtaget inden sommerferien 2011.



Tendenser på detailhandelsområdet

På baggrund af ICP's viden om væsentlige udviklingstræk på detailhandelsområdet beskrives i dette afsnit de tendenser, som vurderes at ville påvirke udviklingen i de kommende år.

Nogle af de faktorer, som har væsentlig indflydelse på detailhandelens udvikling, er af generel karakter, mens andre har en mere direkte forbindelse med driftsforholdene i de forskellige brancher.

Generelle forhold

Uanset om der vil ske en økonomisk vækst, vil forbrugerne i de kommende år stille større krav til detailhandelen med hensyn til bl.a. butikkernes vareudvalg, varernes kvalitet samt butikkernes prispolitik.

Forbrugerne

Den fremtidige forbruger vil være mere bevidst i forbindelse med sine indkøb. Der må generelt forventes en skærpet konkurrence i detailhandelen. Eksisterende lavpriser inden for butikstyperne vil få større betydning og nye butiksformer baseret på et lavpriskoncept vil blive udviklet.

For den enkelte forbruger vil den stærke priskonkurrence imidlertid ikke betyde et enten/eller, men et både/og ved valg af indkøbssted. Forbrugeren vil i nogle situationer søge at realisere de prisfordele, som forskellige lavpriser vil kunne tilbyde. I andre situationer vil forbrugeren søge mod det indkøbssted, hvor f.eks. vareudbudet er mere specialiseret, servicegraden er højere, og omgivelserne er mere spændende og tiltalende, og det vil forbrugeren så til gengæld også betale en merpris for.

Forbrugerne vil lægge vægt på, at der er et stort vare- og/eller butiksudvalg i det enkelte indkøbssted. Dette forhold - kombineret med forbrugernes generelt øgede mobilitet - bevirker, at afstanden til indkøbsstedet vil få aftagende betydning. Denne udvikling vil give en tendens til en geografisk koncentration af detailhandelen i færre punkter.



Generelt er der en stor overkapacitet i det nuværende butiksnet, det vil sige, at der er langt mere butiksareal, end der er behov for.

En del af denne overkapacitet er imidlertid af teknisk karakter, idet meget af dette butiksareal har en forkert beliggenhed i forhold til, hvor forbrugerne ønsker at købe ind, og hvor der derfor kan skabes den fornødne rentabilitet i butiksdriften.

Den geografiske indsnævring af den funktionelle bykerne man har kunnet iagttage i de senere år i mange byområder, kan ses i denne sammenhæng.

Der er i det hele taget en generel tendens til, at omsætningen pr. arealenhed inden for detailhandelen er faldende i disse år. Det vil sige, at selvom forbruget har været stigende i en lang årrække, så har tilvæksten i detailhandelsarealet været så meget større, at arealeffektiviteten (målt som omsætningen pr. arealenhed) har været faldende. Dette er en international tendens.

Lukkeloven

I de senere år er der gennemført flere lempelser i lov om butikstid, og fra 1. oktober 2012 ophæves reglerne om lukketider helt udtagen på enkelte specielle dage og helligdage. Når lukkeloven ophæves kan alle butikker holde åbent på alle dage også om søndagen. Butikkerne skal dog holde lukket helligdage, grundlovsdag, juleaftensdag samt nytårsaftensdag efter kl. 15.

Indtil lukkeloven ophæves har butikkerne mulighed for at holde åbnet både den første og sidste søndag i hver måned og alle søndage i december samt fire ekstra søndage efter eget valg. Herudover må butikkerne fortsat må holde døgnåbent fra kl. 06 mandag morgen til kl. 20 lørdag eftermiddag.



Specielt muligheden for generelt forlænget åbningstid og søndagsåben har været positiv for detailhandelen i de specielt større centre, der kan samordne åbningstiderne.

Tidligere regler om mulighed for søndagsåben til dagligvarebutikker, der ligger under en omsætningsgrænse, har oplevet væsentlige omsætningsfremgange. Disse fordele forsvinder for de mindre dagligvarebutikker og vil betyde omsætningsnedgang, når lukkeloven liberaliseres fuldstændigt.

En forøgelse af antallet af åbningstimer i butikkerne vil kunne lette noget af presset på de butikker, som i dag er stærkt belastede og derved mindske behovet for arealudvidelser.

E-handel og postordre

Handel over internettet har igennem de senere år været voldsomt stigende.

Internettet har opnået en meget stor betydning inden for en lang række serviceområder som bankvirksomhed, handel med rejser m.v., men også inden for visse detailhandelsvarer har internettet oplevet en betydelig vækst.

ICP's analyser viser at omkring halvdelen af kunderne køber sommetider varer på internettet og ca. 35 % af de adspurgte købte varer inden for den sidste uge.

De varer som danskerne køber mest af på internettet er tøj, elektronik, bøger, musik og film. Ca. 46 % af de adspurgte køber tøj på internettet, mens ca. 26 % køber henholdsvis musik og/eller film. Ca. 7 % nævnte at de købte dagligvarer over internettet i vores analyse fra 2010. Det vurderes at hver 4. julegave i 2010 blev købt på internettet.

Der findes entydig statistik, der belyser hvilken betydning nethandel har for den traditionelle detailhandel, ligesom der ikke er nogen klar skillelinje mellem e-handel, traditionel postordre og varer, der bestilles over nettet, men afhentes i en butik. Det vurderes at den samlede omsætning for fysiske varer i Danmark er over 15 mia. kr.

Samlet set vurderes det, at nethandel og postordre med detailhandelsrelaterede varer udgør omkring 5-10 % af den samlede detailhandelsomsætning i Danmark.

Behov for butiksareal

Selvom der i visse områder er en overkapacitet i butiksnettet, og selvom øgede åbningstider bliver indført og andre salgsformer som e-handel vinder frem, så vil der stadig, som følge af den almindelige strukturudvikling i detailhandelen og ændringer i forbrugernes indkøbsadfærd, være behov for nyt butiksareal i de rigtige beliggenheder.

Der vil derfor også i de kommende år være interesse for investeringer i butikker/butiks-centre i eksisterende byområder, bl.a. i forbindelse med byfornyelse og revitalisering.

For investorerne vil butiksprojekter i de rigtige beliggenheder og rette størrelser også fortsat være interessante, bl.a. fordi detailhandelen generelt kan betale højere huslejer end andre lejekategorier.

Ved en vurdering af butiksprojekter skal det også tages i betragtning, at folketallet generelt er stagnerende. Ligeledes kan det totale forbrug af varer, som omsættes gennem detailhandelen, forventes at være relativt svagt stigende i løbet af de næste 8-10 år.

Planloven

I et forsøg på at dæmme op for detailhandelens stigende fokusering på de større byer, blev der i 1997 gennemført en væsentlig stramning af den eksisterende planlov.

Denne ændring er dog blevet revideret ved lovændringer i 2002 og senest i juli 2007. Herudover er der planer om yderlige ændringer af planloven i 2011.

Der stilles således øgede krav til en regulering af udviklingen, herunder målsætning og dokumentation i kommuneplanerne, ligesom lokalplaner skal opfylde en række krav.

Den seneste ændring har bevirket at der er indført maksimale butiksstørrelser på 3.500 m² for dagligvarebutikker og generelt 2.000 m² for udvalgswarebutikker. Her til kan lægges 200 m² til personalefaciliteter.

Der kan i byer med mere end 40.000 indbyggere planlægges for udvalgswarebutikker større end 2.000 m² i bymidterne, dog max. 3 stk. i hver planperiode.

Bymidterne defineres ved hjælp af en matematisk model.

I byer med 20.000 – 40.000 indbyggere kan der planlægges for bydelscentre med et bruttoareal på indtil 5.000 m². I byer med mere end 40.000 indbyggere fastsætter kommunalbestyrelsen det maksimale bruttoareal til butikker.

Dagligvaresektoren

Den fremtidige butiksstruktur i dagligvaresektoren vil være præget af færre, men større butikker.

Supermarkeder og varehuse

Supermarkederne har omkring halvdelen af omsætningen i de store dagligvarebutikker, og denne butikstype findes nu i alle byer med mere end 3.000 indbyggere.

En butikstype som varehuset (Kvickly, Føtex m.fl.) har ligeledes fået stigende betydning og findes nu i alle byer med mere end 20.000 indbyggere uden for Københavnsområdet.



Discountbutikker

Supermarkederne har omkring halvdelen af omsætningen i de store dagligvarebutikker, og denne butikstype findes nu i alle byer med mere end 3.000 indbyggere.

I forbindelse med de senere års stærke priskonkurrence har discountbutikken, som i sin markedsføring fremhæver sit lave prisniveau, opnået en omsætning på 30 % af det totale dagligvaremarked.

Samtidig har discountbutikken fået en udbredelse, hvor den nu forekommer i alle byer over 5.000 indbyggere, samt i næsten tre fjerdedele af byerne mellem 3.000 og 5.000 indbyggere.

Når discountbutikken ofte findes i selv relativt små markedsområder, har det sammenhæng med, at discountbutikken i sit udviklingsforløb har ændret sig fra sit oprindelige koncept. Således har discountbutikken udvidet sit varesortiment med de mere omkostningstunge og personalekrævende ferskvarer som f.eks. frugt/grønt, mejeriprodukter og slagtervarer.

Herved dækker discountbutikken så stor en andel af forbruget på dagligvareområdet, at den i visse mindre byer og markedsområder fungerer som en nærbutik i konkurrence med minimarkedet, som i sit udviklingsforløb som butikstype efterhånden har forøget sit butiksareal, udvidet sit sortiment og forbedret sit serviceniveau, men som også derved har forøget sit omkostningsniveau.

Det må forventes, at discountbutikkernes antal og betydning vil øges, og at mange af dem vil få en rolle som nærbutik.

Lavprisvarehuse

Danmarks eneste lavprisvarehuskoncept er Bilka. Der er indenfor de sidste 10 år etableret 3 Bilka-varehuse i henholdsvis Viborg, Horsens og shoppingcentret Field's i Ørestaden. Herudover findes der Bilka-varehuse i Hundige, Ishøj, Slagelse, Næstved, Odense, Holstebro, Kolding, Vejle, Esbjerg, Sønderborg, Århus og Aalborg.

Regler om en maksimal butiksstørrelse på 3.500 m² for dagligvarebutikker begrænser dog etableringen af egentlige nye lavprisvarehuse. Der er dog planer om Bilka-varehuse i Herning ved omdannelse af en A-Z og i Hillerød i Slotsarkaderne.



Fødevarer specialbutikker

I den stærke priskonkurrence, som må forventes at gøre sig gældende i de kommende år, vil antallet af specialbutikker som slagtere, bagere, fiskeforretninger m.m. blive kraftigt reduceret.

I de større dagligvarebutikker vil der i stadigt stigende omfang blive etableret specialafdelinger, som vil påføre specialbutikkerne konkurrence.

Specialbutikkerne vil kræve et stort kundeunderlag, og vil derfor generelt have svært ved at overleve, når de ligger for sig selv eller i lokalcentre og endog i visse mindre kommune-centre/bydelscentre.

Specialbutikkerne har også vanskeligheder med at betale omkostningerne ved en beliggenhed i butiksentre, hvor de kunne drage fordel af den store kundestrøm, som centrene øvrige butikker skaber.

Som modtræk mod de større dagligvarebutikker vil man i fremtiden formentlig kunne se, at der vil opstå nye butikformer inden for specialbutiksområdet baseret på kvalitet og indkøbsoplevelse for forbrugerne. Dette vil primært ske i de større byer.

Tankstationer og kiosker

I de senere år har døgnkiosker og kiosker i forbindelse med tankstationer, fået en stadigt større del af omsætningen inden for dagligvareområdet.

I især de mindre byer udgør tankstationerne en væsentlig del af dagligvareforsyningen.

Det ventes, at denne udvikling vil fortsætte bl.a. via etablering af profilerede kæder på området. Omvendt vil en yderligere liberalisering af lov om butikstid kunne bewirke, at de øvrige dagligvarebutikker kan genvinde en del af den omsætning, de i de senere år har mistet til kioskerne.

Udespisning

Fastfood, take-away og udespisning forventes generelt i de kommende år at erstatte en stadig større del af forbrugernes indkøb af fødevarer.

Ser på forbrugsundersøgelsen fra Danmarks Statistik udgør det beløb som forbrugere anvender til udespisning inkl. køb i kantine 15-20% af det samlede forbrug af dagligvarer. Det tilsvarende tal i USA er 50%.

Der hersker generel enighed om, at andelen i Danmark vil stige, men i hvilken grad, vil afhænge af de generelle konjunkturer, modestrømninger og holdninger til madlavning.



Udvalgsvaresektoren

Generelt vil udvalgsvarebutikkerne blive større. De meget store butikker vil i deres beliggenhedsvalg i stor udstrækning være uafhængige af en placering sammen med andre butikker.

Planloven, hvor der er sat en generel arealgrænse for udvalgsvarebutikker på 2.000 m², vil dog begrænse udbredelsen af en række nye storbutikskoncepter.

Profilering

Der vil ske en skarpere profilering af den enkelte butik/kæde, bl.a. som grundlag for at kunne udnytte bestemte dele af markedet, ved at rette sit vareudvalg eller sin forretningsform mod bestemte kundegrupper/forbrugssituationer.

Også inden for udvalgsvaresektoren vil priskonkurrencen blive forstærket.

Nogle detailhandelsvirksomheder vil satse på en udstrakt specialisering af deres udbud, mens andre f.eks. vil koncentrere deres vare-sortiment på relativt få varegrupper/varianter, for at kunne holde deres omkostningsniveau nede. I denne sammenhæng vil store lavprisbutikker i forskellige brancher vinde frem.

Kædedannelse

Kædevirksomheder – både kapitalkæder som er centralt ejede og drevet og frivillige kæder og indkøbssamarbejder har i de seneste år fået en stærkt stigende del af markedet, og i dag præges lejemålene i butikscentrene af butikker, som ejes og styres centralt.

Det må forventes, at de egentlige kæder vil få en stærkt øget betydning, og at medlemmerne i frivillige kæder og indkøbsforeninger må underkaste sig en stærkere central styring, for at kunne imødegå konkurrencen fra de egentlige kædevirksomheder.

Inden for de seneste par år, er nogle frivillige kæde bl.a. Matas, Tøjeksperten, Biva og Imerco blevet opkøbt af kapitalfonde og omdannet til kapitalkæder.

Lokalisering af udvalgswarebutikker

Da forbrugerne er mere frit stillet med hensyn til, hvornår de foretager deres udvalgswarekøb, er udvalgswarebutikker af langt mindre betydning i det samlede servicebillede end dagligvarebutikker.

Beliggenheden af udvalgswarebutikkerne i forhold til forbrugernes bopæl, er derfor ikke af så stor betydning som for dagligvarebutikkernes vedkommende.

Også inden for udvalgswaresektoren vil der gøre sig stærke koncentrationstendenser gældende, både med hensyn til beliggenhed, størrelse af butikkerne og organisationsform.

Styrken af disse tendenser vil dog variere mellem hovedgrupper af brancher og butikstyper og dermed få betydning for detailhandelens beliggenhedsvalg.

Generelt er beliggenheden blevet den altafgørende faktor i detailhandelens vurderinger i forbindelse med investeringer i nye butikker.

For mange brancher er f.eks. huslejen for butikslokalerne af mindre betydning end kravet til en god beliggenhed.



På investorsiden vil forhold som en øget kædedannelse og etablering af udenlandske detailvirksomheder være af stor betydning for lokaliseringen og trække investeringerne mod de større centre.

Inden for beklædningsområdet vil tendenserne til en centralisering af udbuddet være størst.

Tendenser på detailhandelsområdet

Forbrugernes krav om et stort og varieret udbud af varer og butikker, når de skal købe beklædning, betyder, at de vil søge mod de større centre.

I de øvrige udvalgsvarerbrancher vil især de mest specialiserede brancher søge en beliggenhed i de større centre.

Butikker i de brancher, hvor udvalgspræget er mindre, eller brancher, som udbyder relativt standardiserede udvalgsvarer (f.eks. sammenlignelige mærkevarer), vil i større udstrækning kunne drives i mindre detailhandelskoncentrationer på kommune- og bydelscenterniveauet.



Der vil fortsat blive etableret storbutikker inden for en række udvalgsvarerbrancher, f.eks. radio/TV/ elektronik, autoudstyr, tæpper og hårde hvidevarer.

I byer med mere end 40.000 indbyggere, kan der desuden etableres 3 udvalgsvarerbutikker over 2.000 m² i bymidterne i hver 4-årig planperiode.

Udbygningen i byernes udkant, vil kun kunne fortsætte, hvor gamle lokalplaner åbner mulighed herfor samt i aflastningscentrene i Århus og København.

Hvad angår køkkener er der de seneste 5 - 10 år sket en markant vækst i salget.

Væksten har været drevet af det generelle økonomiske opsving samt af muligheden for låneomlægning og belåning af friværdier betinget af de stigende boligpriser.

Køkkenbutikkerne er størrelsesmæssigt op til 1.500 m², men de fleste er dog under 700 m². Det er vort indtryk, at der de seneste år er etableret en del butikker. Dette er sket i kraft af et bredere udbud inden for området. Butikkerne er meget beliggenhedsorienterede og betjener typisk et meget stort område. Butikkerne placerer sig gerne sammen med andre køkkenbutikker.

Forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

Denne kategori er i dag udtømmende defineret i Planloven som butikker der "alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt i særlige tilfælde møbler". I tømmerhandlere, kan der tilknyttes et byggeområde på max. 2.000 m².

Kommunerne afgør størrelsen og beliggenheden af disse butikstyper, dog med særlige regler for placering af møbelbutikker.

Møbelbutikker skal som udgangspunkt placeres i bymidten, subsidiært i bydelscentre, dog kan kommunerne placere møbelbutikker i områder, der er udlagt til butikker, der forhandler særligt arealkrævende varegrupper. Dette kræver en beskrivelse af, hvorfor en placering i bymidten/bydelscentre ikke lader sig gøre.

Bilforhandlere

Der er i de seneste 15 år sket store omvæltninger i bilforhandlerbranchen. Koncentrationstendenserne har slået igennem på flere planer.

Geografisk samler forhandlerne sig i klynger. Det har vist sig, at der er stor synergieffekt ved at placere sig sammen med andre forhandlere. På den måde synes udbuddet større og forbrugerne vil, når de besøger disse udbud, let kunne bevæge sig mellem forhandlerne. Et eksempel på dette er "Bilbyen Silkeborg".

DAF (Danmarks Automobilforhandler Forening) der generelt organiserer de største forhandlere, har i dag ca. 600 forhandlere med ca. 1.000 udsalgssteder.

Dette tal forventer DAF vil være nogenlunde uforandret over de nærmeste år.

Antallet af forhandlere og udsalgssteder er generelt faldet med mere end 30% over de sidste 10 år.

Udviklingen er bl.a. slået igennem, hvor der før i en del byer lå 2 forhandlere, der førte mærker fra samme fabriks- og distributionsfusionerede virksomhed. I dag er der næsten i alle byer kun én forhandler af et bestemt mærke, hvor mange samtidig har flere mærker i samme butik.



Udviklingen går samtidig imod, at nyproducerede biler skal serviceres væsentligt mindre – ca. kun halvt så ofte – som hidtil. Dette betyder dels, at de arealer der disponeres til værksteder bliver mindre, dels at en væsentlig del af omsætningen forsvinder i de udsalgssteder, der har tilknyttet værksted.

Det er vor vurdering, at der kun i meget begrænset omfang vil ske en etablering af forhandlere, der udelukkende sælger brugte biler, som vil afføde et behov for omdannelse og nybyggeri til butikker, der forhandler særligt arealkrævende varer.

Byggemarkeder og møbelbutikker

Generelt er der på landsplan en overkapacitet i denne branche. Udviklingen er præget dels af brancheglidning dels af behovet for gode placeringer, gerne sammen med andre butikker.

Sortimentet udvides i disse år i byggemarkederne til også at omfatte cykler, møbler, lamper, et egentlig farvehandelssortiment samt lejlighedsvis en lang række varer i øvrigt f.eks. standardiseret beklædning.

Arealbehovet går for tiden i 2 retninger. Jem & Fix, der stort set alene har egentlige byggemarkedsartikler og blot bruger et areal på ca. 1.000 – 1.200 m² og i den anden ende af skalaen Bauhaus, som med sine største butikker i bl.a. Herning, Holbæk og Randers, har et areal omkring 15.000 m².

Kravet til beliggenhed er ens for alle butikker. Stor synlighed og gerne sammen med andre butikker, selvom de største ikke på samme måde som de mindre er afhængig af beliggenheden sammen med andre.

Et discountbyggemarked som f.eks. Jem & Fix vil i høj grad være afhængig af placering sammen med andre. De vil derfor søge en placering sammen med andre byggemarkeder eller udvalgswarebutikker. Da deres arealkrav er maksimalt 1.500 m², kan etableringer tættere på bymidten også komme på tale.



Hvad angår møbelbutikker vurderes det, at udviklingen går i retning af skarpere koncepter. De store koncepter vil blive endnu større 5-6.000 m² (IdéMøbler) og omkring 30.000 m² (Ikea Aalborg, Odense og Århus) mens butikker som f.eks. BIVA etablerer butikker i størrelsesordenen 1.000 – 1.500 m².

De store vil som f.eks. Ikea inddrage flere brancheområder i deres sortiment og vil derfor i nogle tilfælde i højere grad blive boligindretningsbutikker end egentlige møbelbutikker.

De allerstørste butikker vil i mindre udstrækning have brug for at ligge sammen med andre butikker, men deres krav til synlighed og tilgængelighed med bil og offentlige transportmidler vil være stigende.

Bilag 1

ICP's branchefortegnelse og -gruppering

1. DAGLIGVARER

10.71.20	Fremstilling af friske bageriprodukter
50.50.20	Servicestationer med kiosksalg
47.11.10	Købmænd og døgnkiosker
47.11.20	Supermarkeder
47.11.30	Discountforretninger
52.12.10	Varehuse. Selvbetjeningsbutikker med fuldt fødevarsortiment, hvor omsætningen af non-food-varer udgør mere end 20% af den samlede omsætning og hvor salgsarealet udgør mindst 1.500m ² .
47.21.00	Frugt- og grøntforretninger
47.29.00	Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger
47.23.00	Fiskeforretninger
47.24.00	Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer
52.24.20	Chokolade- og konfektreforretninger
52.25.00	Vinforretninger
47.26.00	Tobaksforretninger
52.27.10	Osteforretninger
52.27.30	Helsekostforretninger
52.27.90	Detailhandel med føde- drikke- og tobaksvarer fra specialforretninger i øvrigt.
47.73.00	Apoteker
47.74.00	Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler
52.33.10	Parfumerier
52.33.20	Materialister
47.76.00	Blomsterforretninger
71.40.10	Udlejning af videobånd

2. BEKLÆDNING

52.12.20	Stormagasiner
47.51.00	Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv.
52.42.10	Dametøjsforretninger
52.42.20	Herretøjsforretninger
52.42.30	Herre- og dametøjsforretninger (blandet)
47.71.20	Babyudstys- og børnetøjforretninger
47.72.10	Skotøjsforretninger
52.50.90	Forhandlere af brugt tøj
47.91.20	Detailhandel fra postordreforretninger

3. BOLIGUDSTYR

45.31.00	El-installatører med butikshandel
45.33.00	VVS-installatører og blikkenslagerforretninger
47.53.00	Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning
45.44.20	Glarmesterforretninger med butikshandel
47.59.10	Møbelforretninger *)
47.59.20	Boligtekstilforretninger
47.59.30	Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager m.v.
47.59.90	Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler i .a.n.”
47.54.00	Detailhandel med elektriske husholdningsapparater
47.43.00	Radio- og tv-forretninger
52.46.10	Isenkramforretninger
47.52.20	Byggemarkeder og værktøjsmagasiner
47.52.10	Farve- og tapetforretninger
47.78.30	Forhandlere af gaveartikler og brugskunst
47.78.40	Kunsthandel og gallerivirksomhed
47.41.00	Detailhandel med computere, ydre enheder og software
47.42.00	Detailhandel med telekommunikationsudstyr
47.76.20	Planteforhandlere og havecentre
52.50.20	Antikvitetsforretninger
47.79.00	Detailhandel med brugte varer i forretninger
47.91.10	Detailhandel fra postordreforretninger
52.48.99	Detailhandel med køkken og badeværelseselementer
52.74.60	Låsesmede – hvis salgslokale
71.33.10	Udlejning af edbmaskiner – hvis salgslokale
71.33.20	Udlejning af kontormaskiner – hvis salgslokale

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

4. ØVRIGE UDVALGSVARER

50.30.20	Detailhandel med reservedele og tilbehør til biler mv. (autoudstyrsforretninger)
50.40.00	Detailhandel med motorcykler, reservedele og tilbehør
47.72.20	Lædervareforretninger
47.63.00	Pladeforretninger
47.59.40	Forhandlere af musikinstrumenter
47.61.00	Detailhandel med bøger
47.77.00	Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer
47.78.10	Optikere
47.78.20	Fotoforretninger
52.48.40	Frimærke- og møntforretninger
47.64.10	Forhandlere af sports- og campingudstyr
47.65.00	Detailhandel med spil og legetøj
47.64.20	Cykel- og knallertforretninger
47.76.30	Dyrehandel
52.48.95	Pornobutikker
52.48.99	Detailhandel med andre varer, barnevogne, børsteverer, skumgummi, ovne og pejse, skibsproviantering med butikshandel.
52.50.10	Bogantikvariater
52.50.90	Andre forhandlere af brugte varer.
52.61.00	Detailhandel fra postordreforretninger - hvis salgslokale

5. BUTIKSTYPER DER FORHANDLER SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER

50.10.20	Detailhandel med biler
50.10.30	Detailhandel med campingvogne mv.
52.44.10	Møbelforretninger *)
52.48.55	Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil Tømmerhandler og butikker med større bygningsmaterialer *)

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