

MARTS 2021  
FREDERICIA KOMMUNE

# FREDERICIA DETAILHANDELSANALYSE





# ANALYSE AF DETAILHANDLEN I FREDERICIA KOMMUNE

PROJEKTNR.

A201296

DOKUMENTNR.

1

VERSION

3.0

UDGIVELSESDATO

2021

BESKRIVELSE

Rapport

UDARBEJDET

SAJP/FRSR

KONTROLLERET

KRLB

GODKENDT

KRLB



# INDHOLD

1	Indledning	7
2	Sammenfatning	8
3	Anbefalinger	12
4	Rammebetingelser og tendenser	22
5	Butiksanalyse	30
5.1	Antal butikker	30
5.2	Tomme lokaler	32
5.3	Bruttoetageareal	34
5.4	Omsætning	36
5.5	Handelsbalance	38
5.6	Kæder	42
5.7	Underbrancher	46
6	Kundeorienterede serviceerhverv	49
7	Forbrugsudvikling og arealbehov	52
8	Retningslinjer og centerstruktur	59
8.1	Restrummelighed	60



# 1 Indledning

I foråret 2020 igangsatte Fredericia Kommune en detailhandelsanalyse. Analysen skal indgå som grundlag for kommuneplanen og den fremadrettede planlægning af kommunens detailhandel. De seneste detailhandelsanalyser for Fredericia Kommune er udarbejdet i 2008 og 2014. Metoderne til analyserne er stort set ens, og det er derfor muligt at følge udviklingen inden for detailhandlen gennem en længere periode.

Butikkerne til denne analyse er kortlagt med afsæt i butiklisten fra 2014, som er blevet opdatere og kvalitetssikret via en fysisk besigtigelse og opslag i forskellige registre. Detailhandlen er, som i de tidligere analyser, inddelt i planområderne med Fredericia som kommunens hovedby, lokalbyerne Taulov, Skærbæk og Erritsø og Snoghøj, samt landsbyerne Herslev, Bredstrup- Pjedsted, Egeskov-Bøgeskov og Trelde. Detailhandelsanalysen indeholder en butiksanalyse med antallet af butikker, deres areal og omsætning. Derudover er der beregnet handelsbalancer (forholdet mellem borgernes forbrug og butikkernes omsætning), som er en god indikator for detailhandlens tilstand. Analysen indeholder herudover en beregning af det fremtidige arealbehov samt temaer, der rækker ud over redegørelseskravene til kommuneplanen.

Mange forretningsdrivende er på tidspunktet for analysens udarbejdelse væsentlig udfordret grundet situationen med Coronavirus. Analysen omfatter butikkerne og deres areal pr. april/maj 2020 samt omsætnings- og forbrugstal for 2019. Derfor er analysens datagrundlag stort set upåvirket af situationen. Det betyder samtidig, at analysens resultater ikke udtrykker den aktuelle krise, som store dele af handelslivet er i, men snarere situationen inden krisen ramte. Dog vil resultatet af antal tomme lokaler med stor sandsynlighed være påvirket af situationen. Det er også sandsynligt, at antallet af ledige butiklokaler vil stige den kommende tid.

Som led i detailhandelsanalysen er der indsamlet informationer fra handelslivet. Der skal derfor lyde en stor tak til alle, der har bidraget undervejs. En særlig tak skal lyde til detailhandlerne for den store imødekommenhed under vores besøg i butikkerne og til handelsstandsforeningerne for god information om opgaven til erhvervslivet.

God læselyst!



## 2 Sammenfatning

Fredericia Kommune havde i 2019 et handelsunderskud på ca. 185 mio. kr., hvilket er en forbedring siden 2013, hvor underskuddet var på ca. 350 mio. kr. Kommunen under ét har mistet ca. 15 butikker, men der er kommet flere nye og større butikker til. Udviklingen har medvirket til, at omsætningen samlet set er steget med ca. 200 mio. kr. sammenlignet med 2013. Forbruget inden for detailhandel har stort set været uændret siden 2013, og derfor er handelsunderskuddet blevet reduceret. Udviklingen skyldes især en vækst i udvalgsvarehandlen, særligt i aflastningsområdet i Fredericia Vest.

### STIGENDE OMSÆTNING OG VÆKST I HANDELSBALANCEN

Omsætningen er kortlagt for butikkernes seneste hele regnskabsår, dvs. 2019. Omsætningen kan sammenlignes med den forrige analyse, hvor det seneste hele regnskabsår var 2013. Omsætningsdata er opgjort ekskl. bilforhandlere. Samlet set er kommunens omsætning steget med ca. 200 mio. kr. sammenlignet med 2013. Samtidig er forbruget inden for detailhandel blandt borgerne i Fredericia Kommune stort set uændret i perioden. Stigende omsætning og uændret forbrug har ført til, at handelsunderskuddet er reduceret fra ca. 350 mio. kr. i 2013 til 185 mio. kr. i 2019. Forbedringen kan også udtrykkes ved handelsbalancen (omsætningen divideret med forbruget) som er steget fra 86 % i 2013 til 93 % i 2019. Forbedringen af handelsbalancen er et udtryk for, at detailhandlen i Fredericia Kommune har erobret markedsandele fra detailhandlen uden for kommunen. Den positive udvikling kan særligt tilskrives en større vækst i Fredericia Vest, hvor omsætningen er steget med omkring 200 mio. kr. i forhold til 2013. Området har fået flere nye større udvalgsvarebutikker, herunder Biltema, Harald Nyborg og Ønskebørn, som vurderes at have et stort opland.

### FÆRRE BUTIKKER MEN STØRRE BUTIKSAREAL

Der er i foråret 2020 registreret 220 butikker i Fredericia Kommune, hvilket er 6 % færre end i 2014. Dengang blev der registreret 234 butikker. Der er sket et fald inden for alle hovedbrancher med undtagelse af butikker til særlig pladskrævende varegrupper, hvor der er registreret en vækst på 10 butikker. Det største fald i antallet af butikker er sket i bymidten, der har mistet knap 20 butikker de seneste 6 år. Det er hovedsageligt mindre dagligvarebutikker, som



oste- og vinhandlere, samt udvalgswarebutikker som Fona, Sportmaster og dy-rehandel, der er forsvundet fra bybilledet.

Samtidig er arealet til detailhandel steget med ca. 5 % i perioden 2014-2020, men fordelingen er ujævn. Arealet er steget med næsten 10.000 m<sup>2</sup> inden for butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Inden for de øvrige brancher er arealet faldet. Udviklingen svarer i store træk til udviklingen på landsplan, hvor der i mange år har været en tendens mod større men færre butikker. Tendensen mod færre men større butikker er dog særlig markant i Fredericia.

#### PRESSET BYMIDTE OG YDERLIGERE POSITIONERING AF FREDERICIA VEST

Udviklingen i antallet af butikker sammenholdt med handelsbalancerne for bymidten og aflastningsområdet i Fredericia Vest taler sit tydelige sprog – bymidten har mistet markedsandele til fordel for en betydelige vækst i Fredericia Vest. Bymidten har siden 2013 mistet knap 20 butikker, og omsætningen er faldet med ca. 85 mio. kr. Fredericia Vest har derimod fået 10 nye butikker og forøget sin omsætning med ca. 200 mio. kr. i perioden. Udviklingen betyder, at bymidten og Fredericia Vest i højere grad end tidligere fremstår som to stort set lige store handelscentre.

#### EN "DAGLIGVAREKOMMUNE" MED VÆKST I ØVRIGE UDVALGSVARER

Fredericia Kommune har et samlet underskud på handelsbalancen på ca. 185 mio. kr., hvilket afspejles inden for alle hovedbrancherne. Kommunens samlede underskud skal ses i lyset af forskelligheder inden for de enkelte geografiske områder. Således har bymidten, Fredericia Vest samt Erritsø og Snoghøj mod syd alle et større handelsoverskud inden for dagligvarer. De øvrige områder i kommunen står svagt på dagligvarehandlen, og flere af de små landsbyer har ingen dagligvarebutikker.

Ca. 60 % af omsætningen i Fredericias butikker udgøres af dagligvarebutikker-nes omsætning, mens ca. 40 % udgøres af omsætningen i udvalgswarebutikkerne. I sammenlignelige byer er fordelingen normalt mere ligelig. Fredericia er altså i højere grad end gennemsnittet kendetegnet ved en 'dagligvarekommune' end et handelscenter for et større udvalgswareopland. Geografien, der sætter sine naturlige grænser for oplandet, og nærheden til Kolding og Vejle, har stor betydning for Fredericias muligheder inden for udvalgswarehandlen.

#### BETYDELIG VÆKST I FREDERICIA VEST

Store dele af Fredericia Kommune har en meget høj trafikalt tilgængelighed, hvilket kan give mulighed for at tiltrække yderligere store udvalgswarebutikker. Siden den seneste detailhandelsanalyse er handelsbalancen inden for øvrige udvalgsvarer steget fra 93 % til 115 %. Fredericia Kommune har dermed for første gang siden 2003 et overskud på handelsbalancen for udvalgsvarer. Udviklingen hænger tæt sammen med udviklingen i aflastningsområdet i Fredericia Vest, hvor flere nye udvalgswarebutikker er kommet til siden 2014.

#### STIGENDE ANDEL AF KÆDESAMARBEJDE

Godt 60 % af alle butikker i kommunen er med i et kædesamarbejde, hvilket er en højere andel end i både 2008 og 2014. Kædeandelen er således steget, ligesom det er set på landsplan. 45 % af butikkerne i Fredericia Kommune indgår i

en kapitalkæde (f.eks. Føtex, Only, Stark, mv.), ca. 17 % er med i en frivillig kæde (f.eks. Kop & Kande, Bog & Idé og Photo Care) og ca. 38 % af butikkerne er uden for kædesamarbejde. Især dagligvarebutikkerne har en høj andel af kapitalkæder og udgør omkring en tredjedel af alle butikkerne i Fredericia Kommune, der er med i en kapitalkæder. Stort set alle dagligvarekæderne er til stede i Fredericia. Derimod er der flere butikskæder inden for eks. børnetøj og elektronik, der kan arbejdes på at tiltrække. Der er fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede kæder, men samtidig er det vigtigt, at butiksudbuddet suppleres af uafhængige butikker, der bidrager til specialisering og attraktivitet. Fredericia har en relativ stor andel af mindre og uafhængige butikker, særligt inden for specialdagligvarer og tøjbutikker, der er med til at gøre bymidten spændende. De selvstændige butikker har mulighed for at tilbyde unikke koncepter og varer, som ikke umiddelbart kan købes i webshops. Derimod er kædebutikkernes standardiserede varer i højere grad tilgængelige via webshops, og kædebutikkerne er derfor i højere grad afhængige af mange forbipasserende og spontane indkøb. Fredericia har mulighed for i endnu højere grad at tiltrække og udvikle unikke koncepter, der kan tiltrække kunder. Omvendt er det vigtigt at sikre et godt basisudbud af kædebutikker, som kunderne ellers ville køre til Kolding og andre store handelsbyer efter.

### SERVICEFUNKTIONER

Servicefunktioner som spisesteder, skønhedssaloner, behandlere osv. spiller en stigende rolle for bylivet og er en del af den attraktive handelsby. Butikker, spisesteder og andre kundeorienterede byerhverv supplerer hinanden og bidrager til et varieret byliv på forskellige tidspunkter af døgnet. I foråret 2020 er der registreret 141 servicefunktioner i Fredericia bymidte. Servicefunktionerne fordeler sig med:

- > 49 (35 %) inden for restauration (café, bar, restaurant, take-away mv.)
- > 48 (34 %) inden for sundhed, skønhed og personlig pleje (frisør, solcenter, skønhedssalon, læge, fysioterapeut mv.),
- > 21 (15 %) inden for forretningsservice (banker, mæglere mv.)
- > 12 (9 %) inden for andet erhverv
- > 11 (8%) indenfor offentlige institutioner (biblioteker, posthuse, biografer mv.).

Med 141 servicefunktioner og 107 butikker er der en overvægt af servicefunktioner i bymidten. Det svarer i store træk til, hvad der typisk ses i andre sammenlignelige byer.

### AREALBEHOV 2019-2032

Beregningen af arealbehovet til detailhandel i Fredericia Kommune tager udgangspunkt i Fredericia Kommunes befolkningsprognose, som rækker frem til 2032. Ifølge befolkningsprognosen forventes en stigning i indbyggertallet på ca. 4.500 personer frem til 2032. Som et led i detailhandelsanalysen er der beregnet tre scenarier for arealbehovet til fysiske butikker i Fredericia Kommune de næste 12 år. Scenarierne udtrykker et minimums- og maksimumsscenario for behovet. Der er flere faktorer, der påvirker behovet for butiksareal, f.eks. e-handlens udvikling, strukturudviklingen og udviklingen i privatforbruget på

detailhandel i fysiske butikker. De tre scenarier repræsenterer et spænd for, hvordan udviklingen realistisk set kan udvikle sig.

Resultatet af minimumsscenarioet er, at omsætningen i 2032 vil kunne ske på et areal, der er ca. 6.400 m<sup>2</sup> mindre end i dag. Tallet dækker over, at dagligvareomsætningen i 2032 vil have behov for yderligere ca. 1.200 m<sup>2</sup>, og at udvalgsvareomsætningen kan klares på et areal, der er ca. 7.500 m<sup>2</sup> mindre. Resultatet af maksimumsscenarioet er, at omsætningen i 2032 vil kunne ske på et areal, der er ca. 32.000 m<sup>2</sup> større end i dag. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på ca. 8.000 m<sup>2</sup> og ca. 24.000 m<sup>2</sup> yderligere til udvalgsvarebutikker. Det er særligt forudsætningerne om udviklingen i e-handlen, der påvirker resultaterne. Det vurderes, at det faktiske behov for detailhandelsareal i Fredericia Kommune de næste ca. 12 vil være et sted mellem de to scenarier. Der er derfor beregnet et middelscenarie der viser et behov for yderligere ca. 5.500 m<sup>2</sup> til dagligvarebutikker og ca. 7.700 m<sup>2</sup> til udvalgsvarebutikker.

Udviklingen er de senere år gået mod færre butikker i bymidten og flere og større butikker i aflastningsområderne og andre trafikalt beliggende centerområder. I Fredericia vil både dagligvare- og udvalgsvarebutikkerne sandsynligvis også søge efter trafikalt gode placeringer. For dagligvarebutikkerne vil der sandsynligvis være efterspørgsel efter placeringer langs indfaldsvejen, og for udvalgsvarebutikkerne vil der sandsynligvis være efterspørgsel efter placeringer i Fredericia Vest eller ved placeringer nær afkørslerne til motorvejene. Bymidten vil sandsynligvis fortsætte udviklingen i retning mod en større blanding af funktioner, men hvor detailhandel gradvist vil fylde mindre. For fortsat at skabe en attraktiv handelsoplevelse i Fredericia er det vigtigt at fokusere indsatsen på at skabe så mange kunder til bymidten som muligt – både via butikkerne men ikke mindst via de andre servicefunktioner. Med et attraktivt tilbud for forskellige kundetyper, på forskellige tidspunkter af døgnet og med forskellige formål kan Fredericia samlet set tilbyde en varieret og spændende handelsoplevelse.



### 3 anbefalinger

Det følgende indeholder en række overordnede anbefalinger til udviklingen af detailhandlen i Fredericia Kommune. Anbefalingerne er dannet på baggrund af detailhandelsanalysens konklusioner, den generelle strukturelle udvikling og erfaringer fra andre danske byer og kommuner. Anbefalingerne kan med fordel følges op med konkrete handlinger, enten i kommuneplanen, via andre planer eller ved andre målrettede initiativer.

Detailhandelsstrukturen i Fredericia Kommune er kendetegnet ved en klar rollefordeling;

- > bymidten med de mindre og selvstændige butikker, spisesteder, saloner, kultur mv.,
- > aflastningsområdet med de store butikker og den trafikale tilgængelighed,
- > bydels- og lokalcentrene, der primært forsyner boligområderne med dagligvarer og
- > lokale byområder med egen dagligvareforsyning.

Bymidten, der har omkring halvdelen af alle butikkerne i kommunen, er det naturlige midtpunkt for handelslivet i Fredericia Kommune. Derfor er der i det følgende fokuseret på rollefordelingen, set ud fra bymidtens perspektiv.

#### Bymidten

Siden 2014 er detailhandlen i bymidten gået tilbage. Der er ca. 20 færre butikker, arealet er stort set uændret og omsætningen er faldet med 85 mio. kr. pr. Udviklingen svarer i store træk til andre tilsvarende byer, omend reduktionen i Fredericia bymidte er mere udtalt end andre byer med et tilsvarende indbyggertal. Udviklingen skal bl.a. ses i sammenhæng med den markante udvikling i Fredericia Vest, hvor mange store butikker har etableret sig de seneste år. Desuden betyder Fredericias placering midt mellem Kolding og Vejle, at byens handelsliv er i konkurrence med nogle af Jyllands største handelsbyer.

### ANBEFALING – FLERE KUNDER I FREDERICIA BYMIDTE

De ca. 110 butikker suppleres med ca. 140 andre byfunktioner som spisesteder og personlig pleje. De øvrige byerhverv spiller dermed en fremtrædende rolle i Fredericias handelsliv. De tilsammen ca. 250 bymidtefunktioner indgår i et tæt samspil og danner tilsammen rammen om byens handelsliv. Med den store konkurrence i det regionale opland er det først og fremmest afgørende at holde kommunens borgere "hjemme" i Fredericia. De andre store handelsbyer har en betydelig detailhandel, hvilket er vanskeligt at konkurrere imod. På den anden side er der mulighed for at udvikle unikke koncepter, et højt serviceniveau og attraktive servicefunktioner, som spisesteder, barer, saloner og klinikker til personlig pleje. Det vigtige er, at der er noget at komme efter i Fredericia bymidte.

Overordnet set anbefales det derfor at arbejde for at skabe "noget at komme efter" i Fredericia. Det kan være aktiviteter, et højt serviceniveau, spændende byrum og attraktive spisesteder. Det anbefales dermed at se handelslivet i Fredericia, som bestående af både butikker og servicefunktioner. Ved at understøtte både detailhandlen og de andre serviceerhverv opnås potentielle synergieffekter til glæde for byens samlede handelsliv.

#### Giv bymidtens infrastruktur et serviceeftersyn

- > Er der f.eks. behov for at etablere Vendersgade som en sivegade?

#### Tiltræk kunder til byen

- > Hvordan kan der udvikles unikke koncepter, som kan fastholde den lokale handel i Fredericia og tiltrække kunder fra et bredt opland?
- > Hvordan kan bymidtens udeliv aktiveres endnu mere?
- > Hvilke både små og store aktiviteter kan der skabes i bymidten?

#### Flere boliger i og nær bymidten styrker det lokale forbrugsgrundlag

- > Er der mulighed for at fortætte med boliger i og omkring bymidten?
- > Hvordan kan området ved Kanalbyen bindes endnu bedre sammen med den øvrige bymidte?

#### Fortsat fokus på det gode byliv, stemningen og aktiviteterne

- > Er der pladser, der kan bringes mere i spil som aktive byrum?
- > Hvordan kan stemningen i Fredericia udvikles - eksempelvis med belysning, juleby eller stort fokus på restaurationsbranchen?
- > Hvordan kan der etableres midlertidige aktiviteter som byfester, musik, byhaver mv.?

### **Fokus på at holde de unge i byen**

- > Hvordan kan de unge aktiveres i Fredericia - eksempelvis via streetart, koncerter, fredagsbar mv.?
- > Hvordan kan de unges tilhørsforhold til Fredericia styrkes?

### **Image og byens kant**

- > Hvad kan der gøres for at give Fredericia bymidte en klar identitet?
- > Hvordan kan de store industrivirksomheder bringes i spil?
- > Hvordan kan nogle af gågadeområderne udvikles med særlige kendetegn?

### **Samarbejde blandt byens aktører**

- > Hvordan kan en klar og tydelig vision for Fredericia bymidte formuleres?
- > Hvordan kan samarbejdet mellem handelsliv, kommune og grundejere styrkes for at udvikle lokaler, pladser, events mv.?
- > Hvordan kan der hentes inspiration fra andre byer?

### **ANBEFALING - ROLLEFORDELINGEN MELLEM BYMIDTEN OG FREDERICIA VEST**

Rollefordelingen mellem Fredericia bymidte og aflastningsområdet ved Fredericia Vest er trukket skarpt op: Bymidstens rolle er at tilbyde et hyggeligt og varieret bymiljø med fokus på de mindre enheder, og aflastningsområdets rolle er at tiltrække store butikker på mere end 500 m<sup>2</sup>, og som kan tiltrække handel fra et større opland. De sidste 5-10 år er Fredericia Vest blevet udbygget betydeligt. I perioden 2014-2019 er antallet af butikker steget med 10, arealet vokset med ca. 5.000 m<sup>2</sup> og omsætningen er øget med ca. 200 mio. kr. pr. år. Aflastningsområdets ca. 55 butikker omsatte for ca. 850 mio. kr. i 2019. Til sammenligning omsatte bymidtens ca. 110 butikker for ca. 600 mio. kr. Udviklingen har betydet, at Fredericia Vest har overtaget rollen som det største handelsområde i Fredericia målt på omsætning.

Det anbefales at fastholde den tydelige rollefordeling mellem Fredericia bymidte og Fredericia Vest. I den sammenhæng anbefales det også, at der fortsat sættes en minimumsbegrænsning på butiksstørrelserne i Fredericia Vest, og at bymidten forbeholdes de mindre og mellemstore butikker og andre bylivsfunktioner. Hvis der gives tilladelse til at etablere mindre butikker, klinikker, restauranter mv. i Fredericia Vest kan balancen hurtigt rykkes kraftigt, og udviklingen vil sandsynligvis ikke være mulig at vende igen.

### ANBEFALING - ROLLEFORDDELINGEN MELLEM BYMIDTEN OG BYDELSCENTRENE

Bydelscentrene i Fredericia Kommune er hovedsageligt indrettet med store dagligvarebutikker og enkelte specialbutikker som bager, blomsterhandler, cykelhandler mv. Som udgangspunkt er bydelscentrene orienteret mod de omkringliggende boligområder, og der ligger stort set ikke udvalgsvarerbutikker i bydelscentrene. Tilsammen står bydelscentrene for ca. 48 % af den samlede dagligvareomsætning i Fredericia Kommune, hvor bymidten står for ca. 17 %. Omvendt står bymidten for ca. 38 % af udvalgsvarerhandlen, mens bydelscentrene står for ca. 10 %. Bydelscentrenes rolle som udbudspunkt for dagligvareforsyningen er dermed tydelig.

Det anbefales som udgangspunkt at fastholde den tydelige rollefordeling ved fortsat at fokusere på dagligvareforsyningen i bydelscentrene og på det brede handelsliv i bymidten. Mere specifikt anbefales det at fastsætte rammer for, hvor meget udvalgsvarerhandel, der kan etableres i bydelscentrene. Det anbefales også at arbejde med et princip om, at handelsbalancen for dagligvarehandlen i bydelene som minimum bør være 100 %. Det er sandsynligt, at der derved vil være grundlag for endnu mere dagligvarehandel i nogle af bydelscentrene. Da dagligvarehandlen i bymidten er begrænset til Føtex, Fakta samt flere mindre specialbutikker er det sandsynligt, at størstedelen af omsætningen i de nye dagligvarebutikker vil blive hentet fra de eksisterende bydelscentre eller fra butikker uden for Fredericia Kommune.

### ANBEFALING - ÆNDRINGER I CENTERSTRUKTUREN

Den eksisterende centerstruktur signalerer en klar og tydelig rollefordeling mellem centerområderne i Fredericia Kommune. Derfor anbefales det som udgangspunkt at fastholde den eksisterende centerstruktur. Der er dog en række mindre ændringer, som kan overvejes.

**Bydelscentret ved Skansevej** indeholder stort set ingen butikker, og udviklingen har vist, at det er vanskeligt at fastholde en lokal forsyning i bydelscentret. Med en beliggenhed midt i et boligområde, og uden særlig synlighed fra det overordnede vejnet, kan det være vanskeligt at udvikle detailhandlen her. Derfor anbefales det at nedskalere bydelscentret til et lokalcenter med en maksimal ramme på 3.000 m<sup>2</sup>. Den resterende del af arealrammen kan evt. overføres til nogle af de øvrige bydelscentre i den nordlige del af Fredericia. Hvis der ikke er interesse for at etablere butikker her, kan det også overvejes at sløjfe området som centerområde.

**Bydelscentret ved Vesterbrogade** er et langstrakt centerområde, der breder sig fra banegården i vest langs Vesterbrogade og nord for rundkørslen ved Nørrebrogade. Der er kun ca. 250 m fra den østlige del af bydelscentret til afgrænsningen af bymidten. Langt størstedelen af bydelscentrets detailhandel er koncentreret i området ved banegården. Udviklingen understreges af etablering af Meny ved Indre Ringvej i 2019. Der er stort set ikke detailhandel i de øvrige dele af bydelscentret. Ved at indskrænke bydelscentret til et mere afgrænset område omkring Vesterbrogade og Indre Ringvej signaleres et tydeligere defineret bydelscenter, synergieffekterne på tværs af butikker og andre funktioner understøttes.

**Bydelscentret ved afkørsel 59** har en meget attraktiv placering nær den store motorvejsafkørsel og flere store boligområder. Bydelscentret rummer flere store dagligvarebutikker (Løvbjerg, Rema 1000 og Aldi), og med en handelsbalance for dagligvarer på 119 % har området ved Erritsø og Snoghøj en god forsyning. Området har en særdeles god trafikalt placering, og mange kunder passerer bydelscentret på vej hjem fra arbejde eller andre gøremål. Det anbefales derfor at afsøge mulighederne for, om flere butikker – herunder både dagligvare- og udvalgsvarebutikker – kunne have interesse i at placere sig her. Centerområdet er imidlertid stort set fuldt udbygget, og det anbefales derfor at overveje at udvide centerområdets fysiske afgrænsning til også at omfatte dele af de områder vest for motorvejen, der i dag er udlagt til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Undersøgelsen bør omfatte konsekvenser for de øvrige butiksområder, herunder bymidten og Erritsø Butikstorv.

**Bymidten i Taulov** er udlagt nord for jernbanen. Syd for motorvejen ligger to lokalcentre, hvoraf det ene indeholder Fakta. Ved siden af er der planlagt for en ny dagligvarebutik. Med ca. 3.400 indbyggere er der et forbrugsgrundlag på dagligvarer på godt 90 mio. kr. pr. år i Taulov, hvilket kan være tilstrækkeligt kundegrundlag for de to butikker.

#### **Nyt lokalcenter ved Argentinervej og Kolding Landevej**

COWI er af Fredericia Kommune blevet bedt om, på et overordnet niveau, at vurdere mulighederne for at etablere et nyt lokalcenter i den sydvestlige del af Fredericia Kommune på en placering langs Kolding Landevej mellem Argentinervej og Gammel Færgevej. De ca. 1.200 personer i det lokale opland har et årligt dagligvareforbrug på knap 32 mio. kr. Den gennemsnitlige arealintensitet for dagligvarebutikkerne i bydels- og lokalcentrene i Fredericia Kommune er for 2019 opgjort til ca. 40.000 kr. pr. m<sup>2</sup> pr. år. Dermed er der grundlag for ca. 800 m<sup>2</sup> dagligvarehandel i området. Med yderligere 300 borgere i lokalområdet vil der være et lokalt behov for en dagligvarebutik på ca. 1.000 m<sup>2</sup>. Hvis der bliver tale om en lokal butik er det sandsynligt, at arealintensiteten vil være lidt lavere. Med en arealintensitet på 32.000 kr. pr. m<sup>2</sup> pr. år svarer det nuværende forbrugsgrundlag til en dagligvarebutik på ca. 1.000 m<sup>2</sup>.

#### **ANBEFALING - AFLASTNINGSOMRÅDER VED RØDE BANKE OG DANMARKC**

Store dele af Fredericia Kommune ligger som ét stort trafikalt knudepunkt. Både motorvejene, E45 og E20, og flere af de store jernbanestrækninger krydser gennem kommunen. Nye aflastningsområder nær en motorvejsafkørsel og med store arealrammer kan potentielt set tiltrække flere store butikker til Fredericia Kommune. På den anden side vil flere og mere spredte aflastningsområder konkurrere internt om kunderne.

Hvis der arbejdes for at tiltrække flere store butikker til Fredericia Kommune, anbefales det først og fremmest at afsøge mulighederne for at skabe de nødvendige rammer i eller nær de eksisterende centerområder, eksempelvis i aflastningsområdet ved Fredericia Vest eller ved bydelscentret ved afkørsel 59. Det vil skabe større synergieffekter med de eksisterende butikker, end hvis de nye butikker placeres længere væk og uden sammenhæng med den eksisterende detailhandel. Dernæst anbefales det at understøtte rollefordelingen ved at



prioritere store udvalgswarebutikker i aflastningsområderne, mindre butikker og servicefunktioner i bymidten og dagligvarebutikker i bydelscentrene.

Området ved **Røde Banke**, der ligger umiddelbart syd for Fredericia bymidte og nær afkørsel 59 og afkørsel 60, er i dag delvist udlagt til et område, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Området er forholdsvis afgrænset, og derfor arbejdes der i det følgende med "det lille scenarie" for et aflastningsområde i Fredericia. I "det lille scenarie" udlægges yderligere ca. 10.000 m<sup>2</sup> til detailhandel i form af store udvalgswarebutikker, der ikke umiddelbart kan indpasses i bymidten. Hvis området udbygges fuldt ud og hvis butikkerne opnår en gennemsnitlig arealintensitet (omsætning pr. m<sup>2</sup>. pr. år), der svarer til de eksisterende store butikker i Fredericia Vest, så vil aflastningsområdet ved Røde Banke omsætte for i størrelsesordenen 100-200 mio. kr. pr. år mere end i dag. Der vil sandsynligvis være tale om et butiksmiks, der i store træk svarer til butiksmikset i Fredericia Vest, og derfor vil butikkerne i de to områder være i konkurrence. Placeringen nær bymidten vurderes også at betyde, at en del af omsætningen bliver hentet fra bymidtens udvalgswarebutikker. Røde Banke ligger kun 10 min. i bil fra Middelfart, og alt efter butikssammensætningen vurderes det, at der også vil blive hentet omsætning fra Middelfart. Den resterende del af omsætningen vurderes at blive hentet fra området omkring Kolding Storcenter.

Området ved **Danmark C** ligger endnu mere trafikalt orienteret og med stor synlighed til motorvejsnettet. Årsdøgntrafikken på Taulovmotorvejen er i 2020 opgjort til ca. 58.500 køretøjer. Det store område omkring Danmark C og Kongens Kvarter er delvist udbygget med store bilforhandlere og andre store erhvervs-ejendomme. Hvis der skal tiltrækkes de allerstørste butikker som IKEA eller Bauhaus, hvis butikker er op til 40.000 m<sup>2</sup>, er det muligt at bringe Danmark C i spil som et nyt aflastningsområde. Her vil der være tale om "det store scenarie" for et nyt aflastningsområde i Fredericia. Med en eller få butikker på tilsammen 40.000 m<sup>2</sup>, og med en arealintensitet, der svarer til disse butikskoncepter, forventes der en årlig omsætning på i størrelsesordenen 400-800 mio. kr. Denne type butikker vil have et meget stort regionalt opland og vil derfor hente en stor del af omsætningen i tilsvarende butikker og områder uden for Fredericia Kommune og Trekantområdet. Derudover forventes det, at butikkerne vil hente en del af omsætningen fra oplandet i og nær Trekantområdet. Endelig vurderes det, at også butikkerne i Fredericia Vest må afgive en del af omsætningen til de nye butikker ved Danmark C. Bymidten vil kun i begrænset omfang være påvirket, da butikstyperne vil være væsentlige forskellige fra bymidtens.

	Arealudlæg	Omsætning pr. år	Fredericia Vest	Bymidten	Middelfart, Kolding, Vejle	Aarhus, Odense, Esbjerg
<b>Røde Banke</b>	10.000 m <sup>2</sup>	100-200 mio.	60-70 % 60-140 mio.	10 % 10-20 mio.	20-30 % 20-60 mio.	-
<b>Danmark C</b>	40.000 m <sup>2</sup>	400-800 mio.	5-10 % 20-80 mio.	0-5 % 0-40 mio.	20-30 % 80-240 mio.	60-70 % 240-560 mio.

Umiddelbar vurdering af, hvor omsætningen til de nye butikker vil blive hentet fra – i % og mio. kr. pr. år.

### ANBEFALING - BUTIKSSTØRRELSER

Der er store forskelle på butiksstørrelserne alt efter, hvilket centerområde der er tale om. Eksempelvis er den gennemsnitlige butiksstørrelse i aflastningsområdet ca. 1.100 m<sup>2</sup>, og i bymidten er butikkerne gennemsnitligt ca. 240 m<sup>2</sup>. Der er kun 11 butikker i bymidten, der har et areal på mere end 500 m<sup>2</sup>. Butikker, der er med i et kædesamarbejde, er typisk større end selvstændige butikker. I bymidten er den gennemsnitlige butiksstørrelse for kapitalkædebutikker som Only, Matas og Fakta på ca. 350 m<sup>2</sup>, og for de selvstændige butikker er den gennemsnitlige størrelse ca. 160 m<sup>2</sup>. For de frivillige kæder som Photo Care, Bog og Idé og Vinspecialisten er den typiske størrelse på ca. 260 m<sup>2</sup>.

	Antal butikker	Gns. areal (m <sup>2</sup> )
<b>Kapitalkæder</b>	33	355
<b>Frivillige kæder</b>	20	257
<b>Butikker uden for kædesamarbejde</b>	47	159
<b>I alt</b>	<b>100</b>	<b>243</b>

For at tiltrække flere butikker og servicefunktioner til Fredericia bymidte er det muligt, at der er behov for et serviceeftersyn af butikslokalene. Her kunne nogle af de centrale spørgsmål være:

- > Er der nogle lokaler, der kan slås sammen til større lokaler?
- > Er der mulighed for at koncentrere butikkerne og servicefunktionerne i funktionsmæssige klynger for at skabe flere synergieffekter?
- > Er der områder i bymidten, der har særlige potentialer for enten kæder eller selvstændige butikker?

Opgørelsen af butikkerne understreger den tydelige rollefordelingen mellem Fredericia Vest med de store kapitalkædebutikker og bymidten med de mindre og mere selvstændige butikker.

For at understøtte og videreudvikle den klare rollefordeling mellem bymidten og aflastningsområdet anbefales det at fastholde minimumsstørrelsen for butikker i aflastningsområdet på 500 m<sup>2</sup>. For at fastholde fleksibiliteten i planlægningen for detailhandel i bymidten anbefales det at hæve rammen for den enkelte dagligvarebutik til maksimalt 5.000 m<sup>2</sup> og at fastholde grænsen for udvalgsvarebutikker til maksimalt 2.000 m<sup>2</sup>. Det er afgørende for den fremtidige udvikling af Fredericia bymidte, at der ikke udvikles større koncentrationer af mindre byfunktioner i områder uden for bymidten. Hvis der eksempelvis etableres 5.000 m<sup>2</sup> detailhandel i form af mindre og bymidteorienterede udvalgsvarebutikker uden for bymidten, vurderes den samlede omsætning at være i størrelsesordenen 100 mio. kr. Det vurderes, at i størrelsesordenen 75 % af omsætningen vil blive hentet fra de nærmeste tilsvarende butikker, som vil være i Fredericia bymidte. Det svarer til en omsætningsreduktion på i størrelsesordenen 75 mio. kr. pr. år – eller at bymidtens udvalgsvarehandel reduceres med i størrelsesordenen 10-15 %. Det svarer til omsætningen i ca. 10-20 butikker i bymidten.

For at understøtte og videreudvikle rollefordelingen mellem bymidten og bydelscentrene anbefales det at fastholde de nuværende maksimale butiksstørrelser på 3.500 m<sup>2</sup> for dagligvarer og 2.000 m<sup>2</sup> for udvalgsvarer i bydelscentrene. For enkelte bydelscentre, særligt bydelscentret ved afkørsel 59, kan det overvejes at hæve de maksimale butiksstørrelser til 5.000 m<sup>2</sup> for dagligvarebutikker, men det bør ske under hensyntagen til en minimal påvirkning på bymidten. Grundet den trafikale beliggenhed er det muligt, at der også vil være efterspørgsel efter mindre butikker og lokaler til servicefunktioner ved bydelscentret nær afkørsel 59. For ikke at udvikle området som en direkte konkurrent til bymidten anbefales det at fortsætte områdets udvikling mod større butikker og at undgå en udvikling mod mere bymidteorienterede butikker og servicefunktioner. Det kan eksempelvis ske ved at fastsætte en minimumsstørrelse for udvalgsvarebutikker på 500 m<sup>2</sup> og ved at undgå tøjbutikker, restauranter (bortset fra fastfood-restauranter) og andre byfunktioner på samme måde som for aflastningsområdet ved Fredericia Vest.

#### ANBEFALING - PLACERING AF NETBUTIKKER MED SHOWROOMS

E-handlen vokser fortsat hastigt, og integrationen af e-handel og fysisk handel bliver stadig mere udflydende. Ligesom flere fysiske butikker etablerer en webshop, begynder flere internetbaserede butikker at åbne fysiske butikker. Flere steder i Fredericia Kommune er kendetegnet ved en høj biltilgængelighed og har en attraktiv placering for logistikkrævende erhverv – som eksempelvis lagerfaciliteter til store webshops. Der er flere muligheder, hvorpå der kan planlægges for fysiske butikker i forbindelse med internetbaserede webshops. Der findes mange typer af showrooms og butikker i forbindelse med webshops, og derfor bør planlægningen ses i kontekst til det enkelte projekt.

#### Planlægning af fysiske butikker til webshops indenfor centerområderne

En mulig tilgang til planlægning af fysiske butikker i tilknytning til webshops er at henvise til de eksisterende centerområder. Det kan således både være i

bymidten, i bydelscentrene og i aflastningsområdet, alt afhængig af butikkens størrelse. På den måde ligestilles butikker og showrooms i forbindelse med en internetbaserede butik med andre fysiske butikker.

### **Showrooms og butikker placeres i erhvervsområder eller bymidten**

For at styrke bymidten kan en mulighed være, at showrooms og andre butikker i relation til webshops udelukkende placeres i Fredericia bymidte. Som et eksempel har Aarhus Kommune i 2020 vedtaget en temaplan for detailhandel, der bl.a. fastsætter, at muligheden for salg i forbindelse med showrooms alene tilknyttes produktions- og håndværkervirksomheder med produktion af egne varer. Salget må kun udgøre en mindre del af virksomhedens omsætning. Denne type virksomheder ligger typisk i erhvervsområder. Alle andre showrooms henvises til en placering i bymidten.

### **Nyt centerområde til webshops**

Som en ny tilgang til planlægning for fysiske butikker i tilknytning til internetbaserede butikker kan det overvejes at udlægge et nyt område målrettet den type butikker. Det kunne med fordel være i direkte forbindelse med et af de eksisterende centerområder som aflastningsområdet ved Fredericia Vest eller bydelscentret ved afkørsel 59. På den måde vil der kunne planlægges for en ny type af centerområde, og Fredericia Kommune vil være foregangskommune på området. Det er muligt, at der kan tiltrækkes flere internetbaserede butikker til Fredericia Kommune, men på den anden side er der også en risiko for, at bymidten og de andre centerområder vil opleve en omsætningsreduktion som følge af den øgede konkurrence.

### **ANBEFALING - FREDERICIA SOM HANDELSBY I DEN REGIONALE KONKURRENCE**

Med ca. 41.000 indbyggere er Fredericia Danmarks 16. største by. Med en placering nær store byer som Kolding og Vejle og med et begrænset geografisk opland er handelslivet i Fredericia vanskeligt at sammenligne med tilsvarende store byer. Det betyder, at oplandet til Fredericia bymidte langt overvejende er lokalt og mere sammenligneligt med mindre byer. En opgørelse viser, at handelslivet i Fredericia bymidte er på niveau med bymidterne i væsentligt mindre byer som Frederikshavn, Nyborg og Middelfart.

Med en høj grad af lokale og selvstændige butikker udgør Fredericia bymidte et lokalt og spændende alternativ til de store og regionale handelscentre i Kolding, Vejle, Odense mv. Med ca. 100 butikker, en årlig omsætning på ca. 600 mio. kr. og en høj andel af lokale og selvstændige butikker har Middelfart bymidte samme type handelsliv som Fredericia. Der er kun ca. 20 min. mellem de to bymidter, der tilsammen kan tilbyde et spændende alternativ til de store handelsbyer.

By	Indbyggertal	Antal butikker i bymidten	Areal (m <sup>2</sup> ) i bymidten	Omsætning (mio. kr.) i bymidten
<b>Silkeborg (2015)</b>	46.200	210	93.900	2.410
<b>Fredericia (2019/2020)</b>	<b>41.100</b>	<b>107</b>	<b>31.600</b>	<b>591</b>
<b>Viborg (2013)</b>	40.800	146	45.800	1.098
<b>Køge (2016/2017)</b>	37.600	154	27.720	982
...				
<b>Frederikshavn (2018/2019)</b>	23.300	117	32.721	801
<b>Nyborg (2016/2017)</b>	17.200	75	28.342	701
<b>Middelfart (2015/2016)</b>	15.300	95	26.000	584

Det anbefales derfor at undersøge mulighederne for at styrke samarbejdet mellem Fredericia og Middelfart bymidter. Det kan være ved at definere og styrke de to byers profiler, koordinere events, reklamere i fællesskab og at aftale indbyrdes initiativer. Ved at koordinere detailhandelsindsatsen på tværs er der mulighed for, at Fredericia og Middelfart samlet kan stå stærkere i den regionale konkurrence ved i fællesskab at tilbyde en unik handelsoplevelse.



## 4 Rammebetingelser og tendenser

Detailhandlen i Fredericia Kommune påvirkes af en række interne og eksterne faktorer. I disse år er der tegn på vækst i privatforbruget og fortsat vækst i e-handlen. I kommunen som helhed forventes indbyggertallet at stige de næste 12 år. Alt sammen påvirker detailhandlen.

### UDVIKLINGEN I FORBRUGET

I 2007 toppede forbruget i Danmark, hvorefter forbrugerne var mere tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise. Forbruget nåede derefter et lavpunkt omkring 2013. Herefter og frem til starten af 2020 er forbruget igen steget svagt, særligt inden for øvrige udvalgsvarer. Under normale omstændigheder vil det være forventeligt, at privatforbruget vil fortsætte med at stige moderat i et 12-årigt tidsperspektiv. Under udarbejdelsen af denne analyse befinder store dele af verden sig i en særdeles uvant situation grundet situationen med Coronavirus. Det er på nuværende tidspunkt uvist, i hvilket omfang situationen vil påvirke detailhandlen på sigt. Dansk Erhverv, Dansk Detail samt flere finansielle institutter forventer et markant fald i forbruget i fysiske butikker, flere butikslukninger og generelt svære betingelser for mange butiksejere i den kommende tid. Ligesom under finanskrisen er det tøjbutikkerne, der er hårdest ramt. Nogle eksempler på krisen er, at:

- > Det internationale brand, Esprit, er under rekonstruktion (konkursbehandling),
- > Selskabet bag Tøjeksperten blev reddet efter at have været under rekonstruktion (konkursbehandling),
- > Boutique Mary med 20 butikker er gået konkurs,
- > Arnold Busck er gået konkurs og lukker alle sine 29 butikker,
- > Det danske brand Masai er gået konkurs i Sverige og Norge med i alt 23 butikker
- > Hertil kommer et stort antal selvstændige butikker, som er konkurstruet.

De seneste tendenser viser en betydelig forskydning i danskernes forbrugsmønstre. Eksempelvis er forbruget inden for hotel- og restaurationsbranchen stort set gået i stå. Det samme er forbruget inden for transport og rejser. Inden for detailhandlen er det særligt beklædningsbutikkerne, der står overfor et betydeligt fald, mens særligt dagligvarebutikkerne klarer sig endnu bedre end før. Også byggemarkeder, blomsterhandlere mv. har oplevet store omsætningsstigninger i foråret 2020. Samtidig ses en markant vækst i e-handlen. Når store dele af det fysiske samfund lukker ned, ses vigtigheden af en klar omnichannel-strategi tydeligt. Spørgsmålet er nu, hvordan forbrugerne igen vænnes til at handle i de fysiske butikker, og hvordan bylivet vil se ud på den anden side af Corona-krisen.

### UDVIKLINGEN I E-HANDLEN

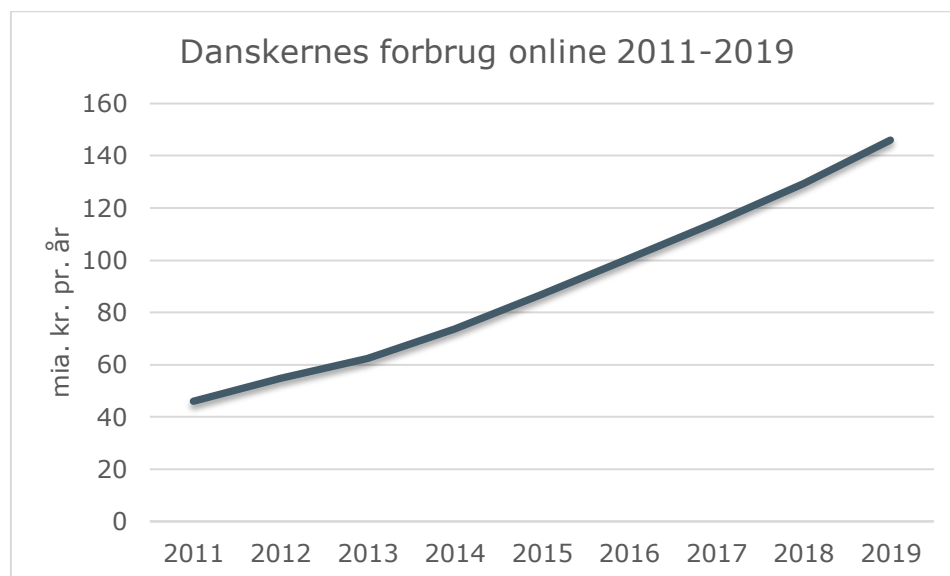
Med et stigende udbud, højere kvalitet og nemmere betingelser vil e-handlen spille en stadig stigende rolle for detailhandlen i Danmark, og med Corona-krisen vil den rolle ikke blive mindre. Verden rummer et uendeligt udbud af varer, som ingen kan overskue, men e-handlen bliver mere intelligent og bliver hele tiden bedre til at hjælpe kunden til at finde den helt rette vare til den rette pris. E-handlen vil blive endnu bedre til at udnytte sin viden om kunden og vil via brug af store datamængder have et billede af kundens præferencer. Søgnings- og købsprocessen vil følges op af personlig rådgivning samt hurtigere og mere effektive systemer til levering af varerne til døren og enkle, hurtige og sikre muligheder for at returnere eller bytte varerne. Et af verdens mest værdifulde selskaber, Amazon, er sandsynligvis på vej til at etablere sig i Danmark. Hvis det sker, vil konkurrencen blive endnu hårdere både for byernes butikker og for e-handlen i Danmark.

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

I 2019 rundede den samlede e-handel i Danmark ca. 130 mia. kr., hvilket er en rekordstigning på ca. 15 mia. kr. i forhold til 2017, og en fordobling siden 2013. Tilbage i 2007 havde e-handlen ikke den store betydning for detailhandlen, og forbruget har med stor sandsynlighed ligget i størrelsesorden 20 mia. kr. I løbet af 2019 brugte danskerne ca. 140 mia. kr. i webshops. I opgørelserne af e-handlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, og fysiske varer som tøj, elektronik og bøger. I 2018 udgjorde e-handlen 10 % af den danske detailhandels samlede omsætning, og fysiske butikkers bidrag til e-handlen udgør ca. 40 % af omsætningen i e-handlen.

Omfanget af e-handlen er meget brancheafhængigt, og det er særligt forbruger-elektronik, bøger, tøj og sko, der handles online, mens det stadig kun er ca. 2 %

af dagligvarerne, der handles online. Andelen af dagligvarer, der handles online, forventes at stå overfor en markant stigning de kommende år. Inden for udvalgsvarer handles ca. 20 % af varerne online.



Figur 1: E-handlen er vokset næsten 100 mia. kr. i perioden 2009-2019.  
Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

### STRUKTURUDVIKLINGEN MOD FÆRRE, MEN STØRRE BUTIKKER

I flere år er strukturudviklingen gået mod færre men større butikker, og udviklingen lader til at fortsætte. Det er især inden for dagligvarebranchen, at udviklingen gør sig gældende. Her bliver mindre dagligvarebutikker og købmænd erstattet af større butikker. I en lang årrække har forbrugerne efterspurgt discountvarer, men der er også tendenser mod en øget efterspørgsel på kvalitet- og dyrere dagligvarer på landsplan, hvilket kan ses på øgede markedsandele i butikker som SuperBrugsen, Meny og Føtex.

Dagligvarebranchen er kendetegnet ved en dynamisk udvikling. SuperBest ophørte i 2015, og Kiwi ophørte i Danmark i 2017. Fakta lukkede 27 butikker i 2017, og kæden lukkede yderligere 47 butikker i 2018. I maj 2018 blev det meldt ud, at 15 Dagli'Brugsen og Lokal Brugsen lukkes. Aldi har bebudet butiks-lukninger samtidig med, at Aldi har planer om at modernisere og flytte 150 butikker. I 2019 åbnede Rema 1000 deres butik nummer 340 og har planer om flere butiksåbninger. Netto har rundet 500 butikker. Lidl ønsker at fordoble antallet af butikker i Danmark. Endeligt forventes det, at Salling Group (tidl. Dansk Supermarked) overtager førstepladsen målt på dagligvareomsætning fra Coop, som følger af planerne om åbningen af ca. 100 nye Netto-butikker.

Samtidig med etableringen af nye discountbutikker etableres der også nye supermarkeder. Betjente slagter- og fiskeafdelinger mv. er på vej tilbage til de større supermarkeder og varehuse og skaber behov for udvidelser. Handlen med økologiske varer er i vækst og satte i 2018 omsætningsrekord for 12. år i træk. Den økologiske markedsandel i detailhandlen nåede i 2018 på 11,5 %.



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

Udvalgsvarerhandlen går fortsat mod mere handel i de store handelscentre og på nettet, men der er også en tendens til, at mere udvalgsvarerhandel flytter til de mellemstore byer tæt på forbrugerne. Eksempelvis har flere kæder tilpasset deres koncepter til mellemstore og mindre byer. Det gælder f.eks. H&M, Jysk og Jem & Fix, hvilket giver forbrugerne mulighed for det lette lokale valg, som kan konkurrere med handel på nettet.

#### ANDELEN AF KÆDEBUTIKKER STIGER – BYERNE BLIVER MERE ENS

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

#### GODE MULIGHEDER FOR DE SMÅ SELVSTÆNDIGE BUTIKKER

En anden opfattelse er, at der vil blive flere selvstændige butikker. Der vil altid være plads til spændende butikker, som sælger unikke varer og byder på unikke kundeoplevelser. I England, for eksempel, er antallet af selvstændige butikker på vej op efter flere års tilbagegang. Med flere unikke butikker vil byens handelsliv blive mere levende og varieret, og specialbutikkerne vil i stigende grad kombinere handelsoplevelser med underholdning, events, specielle arrangementer og det personlige forhold til kunderne.

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

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

Mulighederne for at starte op med selvstændig butik hjælpes på vej af, at de sociale medier giver mulighed for effektiv markedsføring til lave omkostninger, og at systemer til drift af en butik er blevet billige og hurtige at sætte op. De selvstændige butikker er som den øvrige detailhandel udfordret af e-handlen og de store kæder. En anden udfordring for de mindre og selvstændige butikker er, at der ofte er mangel på billige, men velbeliggende lokaler.

### DAGLIGVAREBUTIKKER I DE SMÅ BYER

De små byer har gennem en årrække mistet deres dagligvarebutikker. Mange byer op til omkring 1.000 indbyggere har i dag ikke længere en dagligvarebutik. En opgørelse fra De Samvirkende Købmænd på baggrund af tal fra Retail Institute Scandinavia viser dog, at der er sket en opbremsning i antallet af lukninger af dagligvarebutikker i byer med under 2.000 indbyggere. I 2017-2018 lukkede der kun 10 dagligvarebutikker, hvilket er langt færre end i de tidligere år (dog med undtagelse af 2015-2016, hvor kun 6 lukkede).

Der sker i disse år en interessant udvikling i forsøget på at opretholde en dagligvarebutik i lokalsamfundet. Eksempelvis bliver borgere og lokalsamfund medfinansierende i en dagligvarebutik. Der er eksempler på, at det er lykkedes at modernisere en eksisterende butik og øge omsætningen markant eller at bygge en helt ny og levedygtig dagligvarebutik. Udviklingen afhænger af, at der er stærk lokal opbakning til at sikre eller genetablere byens dagligvareforsyning.

### BYMIDTERNE BLIVER MERE BLANDEDE

Et langsomt skifte i sammensætningen af bymidternes funktioner er undervejs. Butikker kommer til at fylde mindre, mens bl.a. caféer, restauranter, take-away, fitness og andre funktioner med services forbundet med kroppens skønhed og sundhed gradvist kommer til at fylde mere i bybilledet. Tendensen illustreres af, at der typisk er mindst lige så mange restauranter og servicevirksomheder som butikker i en bymidte. Detailhandlen kan digitaliseres, men det kan fitness, wellness, skønhedspleje, spisning og overnatning ikke i samme grad, og efterspørgslen på netop den slags ydelser er i vækst. Pop-op-butikker, -caféer og -restauranter er også blevet en del af bybilledet. Tomme lokaler kan indrettes i en kortere periode til f.eks. at få en partivare solgt, til at teste en forretningsidé eller for at udnytte julehandlen.

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

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

### DEN NYE PLANLOVS BETYDNING FOR DETAILHANDLEN

Med ændring af planloven i 2017 fulgte en række nye bestemmelser om detailhandelsplanlægning, der havde til formål at skabe nye rammer for udviklingen og konkurrencen i detailhandlen. Bestemmelserne gav bl.a. mulighed for større dagligvare- og udvalgswarebutikker – også i aflastningsområder udenfor bymidten. Ændringerne i planloven er dermed med til at øge koncentrationen af detailhandlen i bycentrene samt styrke tendensen mod færre og større butikker. Med ændringen af Planloven skabes der en overordnet ændring af detailhandelsstrukturen med yderligere koncentration af udvalgswarehandlen i de store og mellemstore byer samt en generel udflytning af detailhandlen fra bymidterne til byernes periferi. Kort opsummeret er der sket følgende ændringer af Planlovens regulering af detailhandelsplanlægning:

- > Mulighed for større dagligvare- og udvalgswarebutikker
- > Hensyn til en effektiv butiksstruktur er nu en del af formålsparagraffen
- > Mulighed for at udvide eksisterende og udlægge nye aflastningsområder
- > Kravet om brug af den statistiske metode er ophævet
- > Definitionen af særligt pladskrævende varegrupper er ikke længere udtømmende
- > Bedre muligheder for e-handel og showrooms

### REGIONALE FORHOLD

Fredericia ligger i køreafstand fra en række stærke udbudspunkter, herunder særligt Vejle og Kolding, der begge ligger omkring 25 km fra Fredericia midtby, men også større byer som Odense, der ligger omkring 50 km væk.

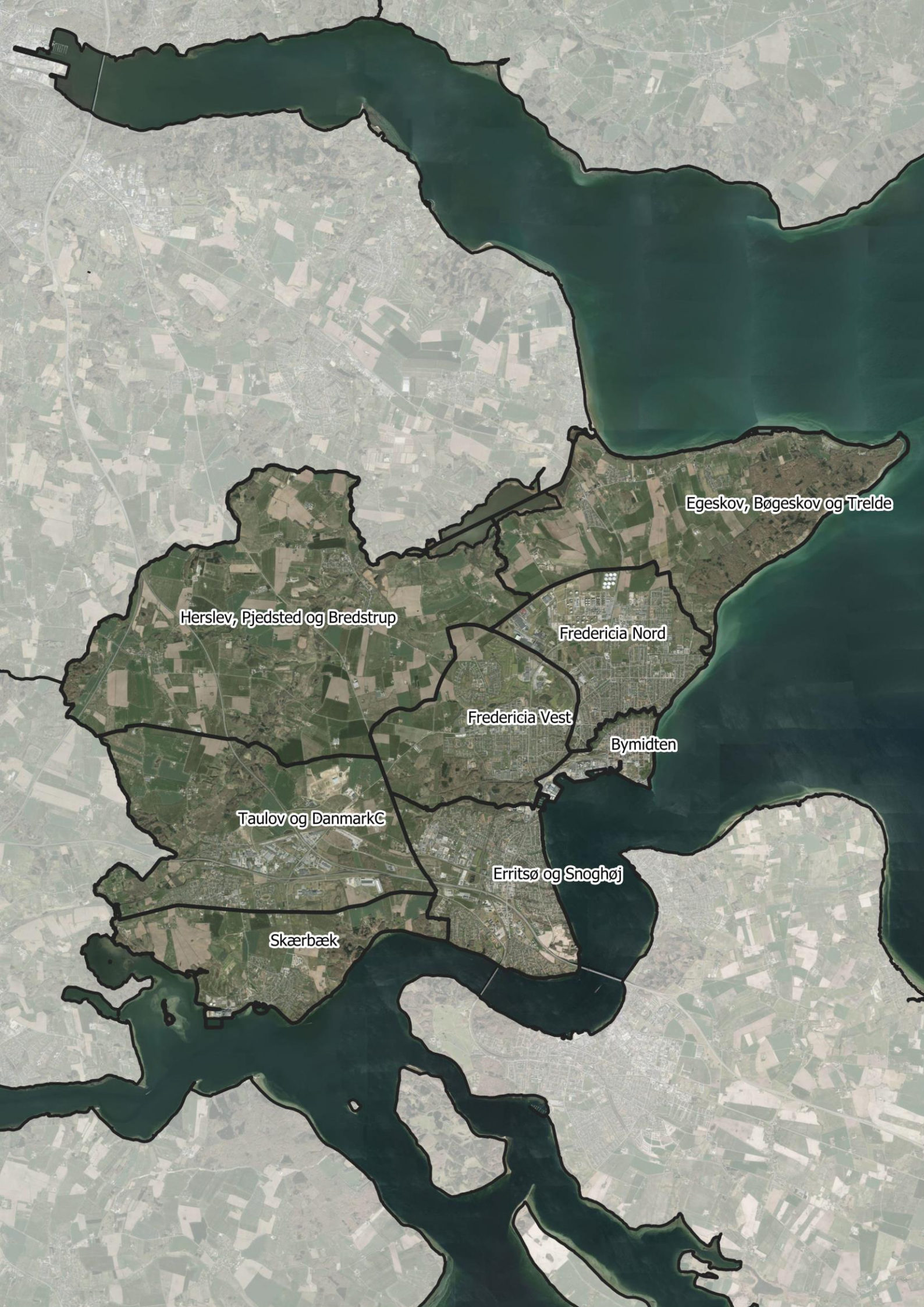
Koldings bymidte har både butikker og en række andre oplevelsestilbud, hvoraf en del er samlet omkring kulturcentret Nicolai, der rummer udstillinger, biograf, et oplevelsesunivers for børn mv. Siden åbningen i 1993 er Kolding Storcenter blevet et væsentligt regionalt udbudspunkt. Mere end 120 butikker og restauranter, Bilka og en biograf med seks sale er blandt attraktionerne i Kolding Storcenter. Storcentrets beliggenhed tæt på motorvejen og tæt på Fredericia betyder, at storcentret udgør en væsentlig konkurrent til detailhandlen i Fredericia Kommune. Med vedtagelsen i marts 2019 om en udvidelse af aflastningsområdet ved Kolding Storcenter er der åbnet op for yderligere konkurrence.

Vejle har en levende bymidte med et stort udvalg af kædebutikker og specialbutikker samt en attraktiv gågade på ca. 900 meter, der bl.a. rummer indkøbscentre Bryggen og Marys. Bymidten er generelt attraktiv og oplevelsesrig, og Vejle er en væsentlig regional konkurrent til Fredericia på udvalgswareområdet.

Odense udgør, på trods af afstanden, også en konkurrent – særligt i kraft af Rosengårdscenteret, som med mere end 150 butikker og et areal på knap 150.000 m<sup>2</sup> er et af Danmarks største butikscentre. I 2015 blev en del af Rosengårdscenteret omdannet fra et stort supermarked til yderligere 30 mindre butikker.

Derudover har Odense en attraktiv og oplevelsesrig bymidte, der forventes at udvikle sig positivt, særligt i kraft af de mange og markante byomdannelsesprojekter i bymidten, der bl.a. vil styrke opholdskvaliteterne i bymidten.

Fredericia er som kommune altså udsat for betragtelig regional konkurrence, særligt på udvalgsvaresiden. Borgerne i Fredericia har adgang til flere større udbudspunkter, der alle ligger indenfor mindre end 30 minutters kørsel fra centrum i Fredericia. Den hårde konkurrencesituation er antageligt endnu mere tydelig i oplandet. Byer af Fredericias størrelse og historie fungerer typisk som det naturlige centrum for et større opland af landområder og mindre byer, som understøtter detailhandlen og andre byfunktioner. Den korte afstand til de øvrige udbudspunkter inddrænger størrelsen på Fredericias opland. Den sydlige del af Fredericia Kommune, herunder Skærbæk, Erritsø og Snoghøj har kort afstand til Kolding Storcenter, som har en meget god tilgængelighed med bil, og fra Taulov er der endnu kortere afstand. Den nordvestlige del af kommunen har ligeledes kort afstand og god tilgængelighed til Vejle, og til motorvejsnettet, og har dermed let adgang til større udbudspunkter. Mod øst er det potentielle opland den nordvestlige del af Fyn, herunder særligt Middelfart Kommune. Her er Fredericia i konkurrence med dels Odense og Kolding Storcenter.



Egeskov, Bøgeskov og Trelde

Herslev, Pjedsted og Bredstrup

Fredericia Nord

Fredericia Vest

Bymidten

Taulov og Danmark C

Erritsø og Snoghøj

Skærbæk



## 5 Butiksanalyse

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, butikernes areal, hvor meget der omsættes for, samt forbrug og handelsbalance. Kortlægningen indeholder også et overblik over antal kædebutikker. Butiksanalysen giver samlet set et billede på tilstanden af detailhandlen i Fredericia Kommune.

### 5.1 Antal butikker

Der er i foråret 2020 foretaget en kortlægning af alle butikker i Fredericia Kommune. Der er registreret i alt 220 butikker, hvilket er et fald på ca. 6 % siden 2014. Det største fald i antallet af butikker er sket i bymidten. Mere positivt ser det ud i Fredericia Vest, hvor der er sket en større stigning.

	ANTAL BUTIKKER 2020 (2014)				
Byområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
<b>Bymidten</b>	29 (34)	31 (39)	45 (52)	2 (1)	107 (126)
<b>Fredericia Vest</b>	15 (13)	4 (2)	21 (19)	14 (10)	54 (44)
<b>Fredericia Nord</b>	14 (21)	1	3 (7)	7 (3)	25 (31)
<b>Erritsø og Snooghøj</b>	12 (10)	1 (2)	5 (6)	6 (5)	24 (23)
<b>Taulov</b>	1 (2)	1	3 (2)	1 (1)	6 (5)
<b>Skærbæk</b>	1 (1)		1 (1)		2 (2)
<b>Øvrige landsbyer</b>	1 (1)		1		2 (1)
<b>I alt</b>	<b>73 (81)</b>	<b>36 (44)</b>	<b>79 (87)</b>	<b>30 (20)</b>	<b>220 (234)</b>

### Fredericia Kommune som helhed

Der er registreret i alt 220 butikker i Fredericia Kommune, hvilket er et fald på hhv. 14 og 30 butikker siden 2014 og 2007. Udviklingen svarer til, at kommunen under ét har mistet ca. 2,5 butikker om året de sidste 13 år. Ca. halvdelen af kommunens butikker er placeret i Fredericia bymidte og understøtter dermed en struktur, hvor bymidten udgør det primære handelscenter i kommunen. Fredericia Vest står som et stærkt supplement til bymidten med i alt 54 butikker, hvilket er en stigning på 10 butikker siden 2014.

Ca. 33 % af butikkerne er dagligvarebutikker og ca. 36 % butikker til øvrige udvalgsvarer. Beklædningsbutikker udgør omkring 16 % og butikker til særligt pladskrævende varegrupper ca. 14 %.

Der er sket et fald inden for alle hovedbrancher med undtagelse af butikker til særligt pladskrævende varegrupper, der har fået 10 nye butikker, herunder My-home. Den største reduktion er sket inden for beklædningsbranchen, der har oplevet en butiksreduktion på ca. 18 % siden 2014. Antallet af dagligvarebutikker og øvrige udvalgsvarebutikker er reduceret med ca. 10 % på trods af tilgangen af bl.a. en ny Biltema, Harald Nyborg og Ønskebørn.

### Fredericia bymidte

Der er i bymidten registreret 107 butikker, hvilket er knap 50 % af alle kommunens butikker. Over 70 % af butikkerne i bymidten er udvalgsvarebutikker, og knap 30 % er dagligvarebutikker. Butikkerne er koncentreret omkring gaderne Danmarksgade, Gothersgade, Prinsessegade og Vendersgade.

Bymidten har mistet 32 butikker siden 2007. Alene siden 2014 er antallet af butikker i bymidten reduceret med 19 butikker. Udviklingen er et tydeligt signal om, at handelslivet i bymidten er udfordret og har været det gennem en længere årrække. Butikslukningerne har typisk været mindre dagligvarebutikker, som oste- og vinhandlere, samt udvalgsvarebutikker som Fona, Sportmaster og en dyrehandel, ikke længere en del af bymidtens butiksudbud.

### Fredericia Vest

Fredericias aflastningsområde har 54 butikker og er således kommunes næststørste koncentration af butikker. Ca. hver fjerde butik i Fredericia Kommune ligger i aflastningsområdet, Fredericia Vest. De fleste af butikkerne i aflastningsområdet ligger omkring Vejlevej.

Ligesom i bymidten er der flest udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet. Ca. 70 % af butikkerne er udvalgsvarebutikker og ca. 30 % er dagligvarebutikker. Siden 2007 er antallet af butikker i aflastningsområdet steget med 13, og siden 2014 er der bl.a. kommet en Biltema, Ønskebørn og Sport 24 Outlet til, samt tre dagligvarebutikker i form af en Spar, en vinbutik og Spangsberg outlet. Kiwi er i samme periode lukket. Aflastningsområdet har derudover flere større dagligvarebutikker end bymidten, bl.a. Rema 1000, Lidl, Aldi og Netto. Aflastningsområdet står dermed særdeles stærkt. Samlet set har aflastningsområdet tiltrukket butikker de seneste 6 år, hvor bymidten omvendt har mistet butikker.

### Fredericia Nord

Nord for bymidten ligger fire bydelscentre og et område til særligt pladskrævende varer. Området under ét har i alt 25 butikker, hvor de fleste er placeret omkring Vesterbrogade og Egeskovvej. Bydelscentret ved Skansevej har i dag ingen butikker, og har siden 2014 mistet områdets eneste butik, Fakta.

Fredericia Nord har generelt set flest dagligvarebutikker. Der er således 14 dagligvarebutikker og 11 udvalgsvarebutikker i området. Siden 2008 har Fredericia Nord mistet 12 butikker, herunder flere dagligvarebutikker som blomsterbutik, bager og endnu en Fakta. Meny er også åbnet i samme periode. Området har siden 2014 omvendt oplevet en stigning på 4 nye bilforhandlere. Der er dermed sket en forskydning af branchefordelingen i området, og bilforhandlere har således fået en større rolle, og dagligvarebutikkerne er blevet betydeligt færre og større.

### Erritsø og Snoghøj

Syd for bymidten ligger Erritsø og Snoghøj med bydelscentre og flere områder til butikker til særlig pladskrævende varegrupper. Området under ét har i alt 24 butikker, hvoraf halvdelen udgøres af dagligvarebutikker. De fleste dagligvarebutikker ligger i Erritsø Bygade og Strevelinsvej, herunder eks. Super Brugsen, Netto, Rema 1000 og Løvbjerg. Siden 2014 har området samlet fået 1 ny butik, hvilket dækker over lukningen af Fakta og åbningen af en ny bager og en blomsterbutik. Området har ligeledes mistet en af de to beklædningsbutikker samt en 'Land og Fritid' butik. Fra 2007 til 2014 oplevede området en tilgang på 5 butikker, og områdets udvikling fra 2014 til 2020 er dermed mere begrænset.

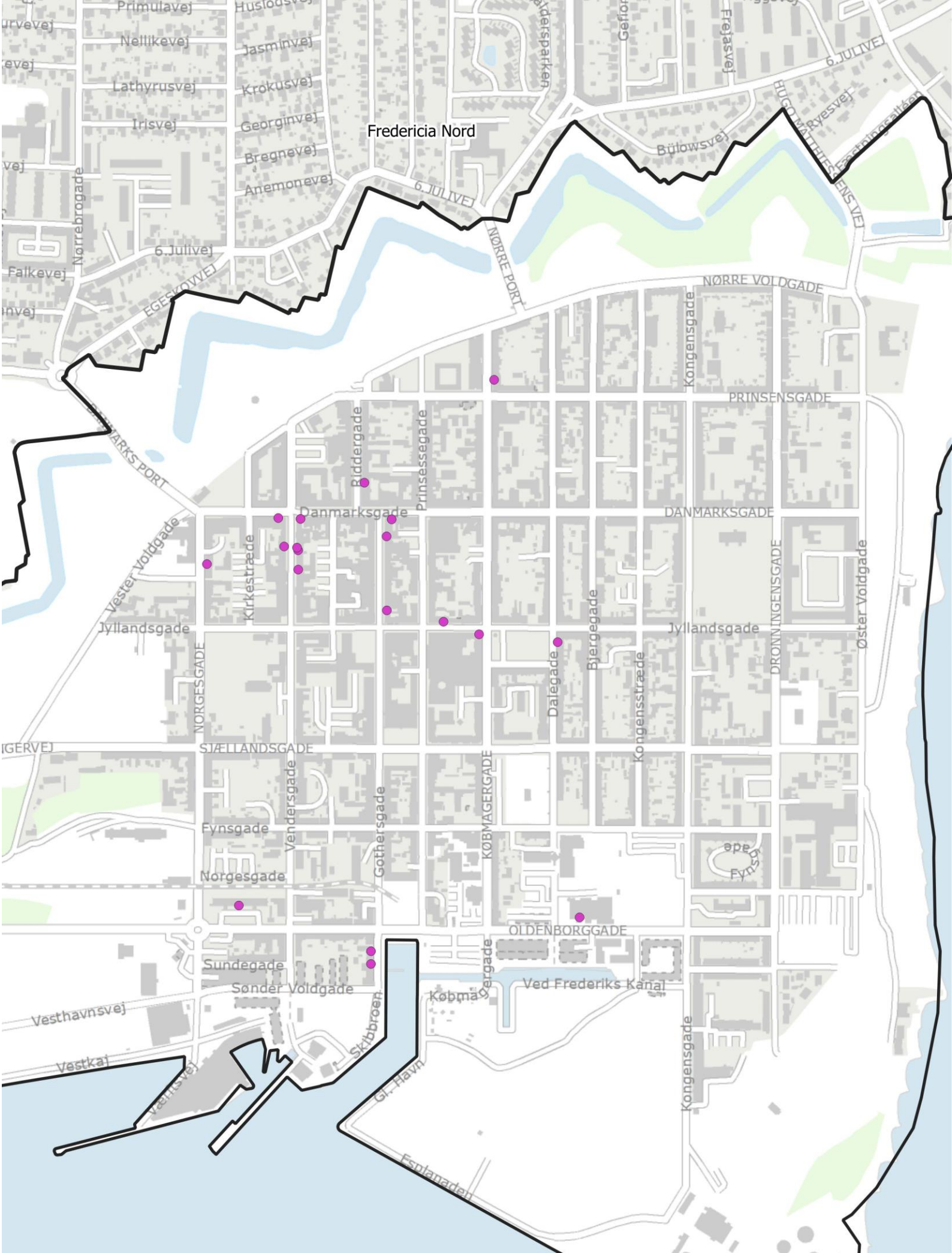
### Den øvrige kommune

De øvrige områder i kommunen, herunder lokalcentrene i Taulov og Skærbæk samt landsbyerne Egeskov-Bøgeskov, Trelde, Herslev og Pjedsted-Bredstrup har tilsammen 10 butikker. Der er i dag en dagligvarebutik i hhv. Taulov, Skærbæk og Egeskov-Bøgeskov – de øvrige landsbyer har fortsat ingen dagligvarebutikker. Siden 2014 er der samlet set kommet to butikker mere i den øvrige kommune. Taulov har fået en genbrugsbutik og en beklædningsbutik, samt mistet sin Daglig Brugsen. Pjedsted har fået en 'El salg og service' butik. Siden 2007 er antallet af butikker samlet gået tilbage med 5 butikker, og konklusionen er derfor, at landsbyerne gradvist spiller stadig mindre rolle i kommunens samlede detailhandel.

## 5.2 Tomme lokaler

De tomme butikslokaler er kortlagt for Fredericia bymidte. Der er kortlagt 20 tomme lokaler i alt. Registreringen er foretaget ved en fysisk besigtigelse samt opslag på Ejendomstorvet.dk.





Fredericia bymidte

● Tomme lokaler

Antallet af tomme lokaler er højt sammenlignet med andre tilsvarende byer. Resultatet viser et billede af en bymidte, der med stor sandsynlighed er mærket af den forhenværende situation i samfundet, der har været præget af nedlukning og deraf butikslukninger, som følge af situationen med Corona. Hvordan billedet ville se ud under "normale" omstændigheder er uvist, men vi vurderer, at antallet af tomme lokaler vil være betydeligt lavere.

### 5.3 Bruttoetageareal

Det samlede bruttoetageareal i Fredericia Kommune er steget fra ca. 137.000 m<sup>2</sup> i 2014 til ca. 144.000 m<sup>2</sup> i 2020. Udviklingen svarer til en vækst på ca. 5 % i perioden 2014-2020. Tilvæksten i butiksarealet er båret af en vækst på ca. 10.000 m<sup>2</sup> inden for butikker med pladskrævende varegrupper. Der er blevet knap 4.000 m<sup>2</sup> mindre inden for de øvrige brancher.

BRUTTOETAGEAREAL 2020* (2014*)					
Byområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>
<b>Bymidten</b>	7.450 (7.800)	8.450 (9.500)	8.850 (11.800)	6.800 (2.800)	31.600 (31.900)
<b>Fredericia Vest</b>	10.800 (10.100)	2.250 (1.400)	19.650 (16.200)	28.500 (28.600)	61.150 (56.300)
<b>Fredericia Nord</b>	8.300 (7.800)	150	400 (2.700)	9.950 (8.500)	18.850 (19.000)
<b>Erritsø og Snooghøj</b>	8.500 (8.200)	200 (400)	1.150 (1.800)	10.450 (5.800)	20.350 (16.600)
<b>Taulov</b>	700 (1.700)	100	400 (400)	8.800 (8.900)	10.050 (11.000)
<b>Skærbæk</b>	1.000 (1.000)		200 (100)		1.250 (1.100)
<b>Øvrige landsbyer</b>	1.050 (1.000)		200		1.250 (1.000)
<b>I alt</b>	<b>37.880 (38.600)</b>	<b>11.200 (11.300)</b>	<b>30.900 (33.400)</b>	<b>64.500 (54.700)</b>	<b>144.450 (136.900)</b>

\* Afrundet til nærmeste 50  
Butikkerne blev kortlagt under besigtigelse i april 2020. Arealerne er afrundet til nærmeste 50.

#### Fredericia Kommune som helhed

Det samlede butiksareal på ca. 144.000 m<sup>2</sup> dækker over ca. 38.000 m<sup>2</sup> til dagligvarebutikker, ca. 11.000 m<sup>2</sup> til beklædningsbutikker, ca. 31.000 m<sup>2</sup> til butikker med øvrige udvalgsvarer og ca. 65.000 m<sup>2</sup> til butikker med særlig pladskrævende varegrupper. Siden 2014 er der sket en stigning i kommunens samlede areal svarende til 5 %, og omfanget af butiksareal i Fredericia Kommune er i 2020 på niveau med 2007. Isoleret set er der dog udelukkende sket en stigning inden for butikker til særlig pladskrævende varegrupper. Butiksarealet er

reduceret inden for de øvrige brancher. Udviklingen kan tilskrives de 10 nye butikker til særlig pladskrævende varegrupper, der er kommet til siden 2014 samt en tilsvarende reduktion i antal butikker inden for de øvrige brancher. Udviklingen på landsplan går generelt mod færre men større butikker. Den udvikling er særlig markant i Fredericia.

#### Fredericia Bymidte

Bymidten har et bruttoetageareal på omkring 32.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 22 % af kommunens samlede areal til detailhandel. Bruttoetagearealet fordeler sig nogenlunde jævnt mellem de fire hovedbrancher. Siden 2014 er alle brancherne gået tilbage, med undtagelse af særlig pladskrævende varegrupper, der har forøget sit areal med omkring 60 % svarende til 4.000 m<sup>2</sup>. Stigningen dækker over den nye bilforhandler, der er kommet til i perioden. Reduktionen af bruttoetageareal i bymidten kan bl.a. forklares ved den forholdsvist store nedgang i antallet af butikker.

#### Fredericia Vest

Der er i aflastningsområdet registreret et samlet areal til detailhandel på ca. 61.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 42 % af kommunens samlede butiksareal. Butikker med særlig pladskrævende varegrupper udgør knap halvdelen af butiksarealet i aflastningsområdet. Siden 2014 er der sket en stigning i butiksarealet i området på næsten 5.000 m<sup>2</sup>, hvoraf en stor andel er sket inden for øvrige udvalgsvarer. Udviklingen skyldes tilvæksten af flere nye butikker. Det er bemærkelsesværdigt, at også arealet til beklædning er steget, hvilket skyldes åbningen af få nye butikker. Udviklingen skyldes åbningen af nye butikker som, 'Sport 24 outlet', 'Den lille landsoldat' og Septohouse.

#### Fredericia Nord

I områderne nord for bymidten er der registreret et samlet areal til detailhandel på knap 19.000 m<sup>2</sup> svarende til omkring 13 % af kommunens samlede butiksareal. Størstedelen af butiksarealet er fordelt mellem dagligvarebutikker og butikker til særligt pladskrævende varegrupper. Områdets samlede butiksareal ligger stort set på samme niveau som i 2014. Det største fald ses inden for øvrige udvalgsvarer, der er reduceret med ca. 2.000 m<sup>2</sup>.

#### Erritsø og Snoghøj

I områderne syd for bymidten, Erritsø og Snoghøj, er der registreret et butiksareal på ca. 20.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 14 % af kommunens samlede butiksareal. Ligesom i Fredericia Nord er den største andel af arealet fordelt på dagligvarebutikker og butikker, der forhandler særlig pladskrævende varer. Siden 2014 er butiksarealet steget med ca. 4.000 m<sup>2</sup>. Stigningen skal primært findes inden for særlig pladskrævende varegrupper, hvor flere bilforhandlere har udviklet eller er blevet erstattet af nogle større butikker.

#### Den øvrige kommune

De resterende områder i kommunen står samlet set for omkring 12.550 m<sup>2</sup> af kommunens butiksareal svarende til omkring 8 %. I Taulov står butikker med særlig pladskrævende varegrupper for størstedelen af områdets ca. 10.000 m<sup>2</sup> detailhandel. I de resterende landsbyer optager dagligvarebutikkerne det meste af arealet. Siden 2014 har udviklingen været forholdsvis beskeden.

## 5.4 Omsætning

Butikkerne i Fredericia Kommune omsatte for ca. 2,3 mia. kr. i 2019, hvilket er knap 200 mio. kr. eller ca. 8 % mere end i 2014. Bilforhandlerne omsatte for ca. 1,2 mia. kr. Udviklingen skyldes til dels en positiv udvikling inden for dagligvarer i hele kommunen og dels en relativ stor stigning i omsætningen i aflastningsområdet, Fredericia Vest.

### Fredericia Kommune som helhed

Butikkerne i Fredericia Kommune omsatte i 2019 for ca. 2,3 mia. kr. ekskl. bilforhandlere. Heraf stod dagligvarehandlen for ca. 1,3 mia. kr., hvilket svarer til knap 60 % af kommunens samlede omsætning. Ca. 40 % af omsætningen udgøres af udvalgsvarer. I de fleste kommuner er fordelingen 50/50. Fredericia er altså i højere grad end gennemsnittet en 'dagligvarekommune' end handelscenter for et større udvalgsvareopland. Dette vidner om en stærk konkurrence inden for udvalgsvarer fra eks. Vejle og Kolding. Siden 2013 er omsætningen steget med knap 200 mio. kr. pr. år., hvilket hovedsageligt skyldes en stigning i omsætningen inden for dagligvarer. Kommunens omsætningstal er i perioden 2006-2013 stort set uændret. De seneste års stigning i omsætningen inden for kommunen følger landsgennemsnittet.

### OMSÆTNING 2019 (2013)

Byområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt	Total
	Mio. kr.	Mio. kr.	Mio. kr.	Mio. kr.	%
<b>Bymidten</b>	228 (211)	182 (197)	181 (267)	591 (675)	26 (31)
<b>Fredericia Vest</b>	404 (359)	58 (40)	381 (248)	843 (647)	37 (31)
<b>Fredericia Nord</b>	343 (276)	*	* (79)	403 (355)	18 (17)
<b>Erritsø og Snoghøj</b>	309 (263)	*	70 (76)	382 (344)	17 (16)
<b>Taulov</b>	*	*	*	*	1 (2)
<b>Skærbæk</b>	*	-	*	*	* (1)
<b>Øvrige landsbyer</b>	*	-	*	*	* (1)
<b>I alt</b>	1.349 (1.186)	247 (243)	705 (695)	2.301 (2.125)	(100)

\*Omsætningerne er anonymiseret, hvis der er 3 eller færre sammenlignelige butikker i kategorien. beløbene er inkl. moms.

Omsætningen i varehuse som Føtex er opdelt på dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer.

Omsætningen fra bilforhandlere er ikke inkluderet.

### ANVENDT METODE VED OPGØRELSE AF OMSÆTNING

For hver butik er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for det seneste hele regnskabsår (2019).

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

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

Omsætningen fra butikker med særligt pladskrævende varegrupper på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i den øvrige udvalgsvareomsætning.

### Fredericia bymidte

Butikkerne i bymidten ekskl. bilforhandlere omsatte i 2019 for ca. 590 mio. kr. svarende til ca. 26 % af kommunens samlede omsætning. Dagligvarebutikkerne omsatte for omkring 230 mio. kr. og beklædning og øvrige udvalgsvarer for hver i størrelsesorden 180 mio. kr. Siden 2013 er bymidtens omsætning faldet med omkring 12 %, hvilket kan tilskrives det relativt store fald i antal butikker i bymidten, og en intern forskydning af kommunes omsætning fra bymidten til Fredericia Vest. I perioden 2006-2013 har omsætningen ligeledes været faldende med ca. 15 %, hvilket følger udviklingen i antallet af butikker i samme periode.

### Fredericia Vest

Aflastningsområdets butikker ekskl. bilforhandlere omsatte i 2019 for ca. 840 mio. kr. svarende til ca. 37 % af kommunens samlede omsætning. Brancherne, dagligvarer og udvalgsvarer, omsatte for i størrelsesorden 400 mio. kr. pr. år. Siden 2013 er omsætningen i aflastningsområdet steget med knap 200 mio. kr. og har igen nået niveauet for 2006. Omsætningen er steget inden for alle hovedbrancher. Omsætningen i de øvrige udvalgsvarebutikker er steget ca. 35 %, hvilket kan tilskrives de flere nye udvalgsvarebutikker der er kommet til, herunder Biltema, Harald Nyborg, MyHome og Ønskebørn. Særligt Biltema forventes at have et stort opland og at hente omsætning uden for kommunen.

### Fredericia Nord

I områderne nord for bymidten blev der i 2019 omsat for omkring 400 mio. kr. svarende til ca. 18 % af kommunens samlede omsætning. Ca. 85 % af områdets omsætning kan tilskrives dagligvarebutikkerne. Områdets omsætning er stort set på niveau med 2013 og 2006.

### Erritsø og Snoghøj

Omsætningen i Erritsø og Snoghøj var i 2019 også ca. 400 mio. kr., hvoraf langt størstedelen ligger i dagligvarebutikkerne. Områdets omsætning svarer til ca. 17 % af kommunens samlede omsætning og er ligesom Fredericia Nord stort set på niveau med 2013.

### Den øvrige kommune

Omsætningen i den øvrige kommune er beskeden og optræder af anonymitets-hensyn ikke i tabeloversigten.

## 5.5 Handelsbalance

Handelsbalancen inkl. nethandel for Fredericia Kommune var ca. 93 % i 2019. Handelsunderskuddet er reduceret fra ca. 350 mio. kr. i 2013 til ca. 185 mio. kr. i 2019. Udviklingen kan især tilskrives væksten i Fredericia Vest.

### HANDELSBALANCE I FREDERICIA KOMMUNE

Handelsbalancen for Fredericia Kommune var i 2013 på 86 % svarende til et handelsunderskud på knap 350 mio. kr. I 2019 er handelsbalancen steget til 93 % svarende til et handelsunderskud på ca. 185 mio. kr. Kommunens handelsunderskud er dermed reduceret. Siden 2013 er det samlede forbrug steget ca. 13 mio. kr. mens den samlede omsætning er steget ca. 200 mio. kr. Da forbruget stort set er fastholdt på samme niveau samtidig med, at omsætningen er steget, stiger handelsbalancen. En stor del af forklaringen skyldes den positive udvikling i Fredericia Vest, hvor flere nye udvalgs varebutikker er kommet til og har bidraget til vækst i omsætningen. Handelsbalancens fordeling er ligeledes et udtryk for en forskydning mellem omsætningen i bymidten og i Fredericia Vest. Målt på omsætning står bymidten i dag svagere, mens Fredericia Vest står stærkere. Selvom der er sket en stigning i handelsbalancen, har kommunen som helhed stadig et handelsunderskud, hvilket indikerer, at mange borgere i Fredericia

#### DEFINITION

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

Handelsbalancen kan også udtrykkes som et handelsoverskud og -underskud. Hvis handelsbalancen er over 100 % er der handelsoverskud, og hvis handelsbalancen er under 100 % er der handelsunderskud. Handelsoverskud og -underskud udtrykker handelsbalancen i kr. og er butikkernes omsætning minus borgernes forbrug.

For at kunne sammenligne handelsbalancerne i 2013 indgår nethandlen i forbruget. Det medfører lavere handelsbalancer, der også omfatter det forbrug, som lokale borgere lægger i netbutikker.

Kommune fortsat gør deres indkøb i butikker uden for kommunen. De forholdsvis korte afstande til et større butiksudbud i Vejle og Kolding har en effekt på det fortsatte handelsunderskud i kommunen

### HANDELSBALANCE 2019 (2013) INKL. INTERNETHANDEL

Byområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
	%	%	%	%
<b>Bymidten</b>	129 (140)	492 (531)	196 (270)	193 (235)
<b>Fredericia Vest</b>	128 (130)	89 (58)	231 (148)	154 (127)
<b>Fredericia Nord</b>	87 (76)		28 (33)	59 (51)
<b>Erritsø og Sno-ghøj</b>	116 (107)	*	51 (48)	83 (74)
<b>Taulov</b>				18 (26)
<b>Skærbæk</b>				
<b>Øvrige landsbyer</b>				
<b>I alt</b>	94 (91)	83 (76)	94 (82)	93 (86)

#### Fredericia Bymidte

Handelsbalancen for Fredericia bymidte er for 2019 opgjort til 193 %, hvilket dækker over et handelsoverskud på ca. 285 mio. kr. Handelsbalancen er faldet med 42 %-point siden 2013 svarende til et fald i handelsoverskuddet på godt 100 mio. kr. Bymidten har således mistet betydelige markedsandele. Handelsbalancen er reduceret inden for alle brancherne siden 2013. Mest markant er udviklingen inden for øvrige udvalgsvarer, hvor handelsbalancen er reduceret fra ca. 170 mio. kr. i 2013 til knap 90 mio. kr. i 2019. Bymidten har i perioden mistet 19 butikker, herunder 7 inden for øvrige udvalgsvarer, hvilket afspejles i den reducerede handelsbalance. Den faldende handelsbalance er derfor et udtryk for en bymidte, der mister butikker og tiltrækningskraft overfor de konkurrerende handelsområder. Udviklingen er et udtryk for, at det i højere grad end tidligere er været vanskeligt at fastholde butikker og at tiltrække handlende til bymidten.

#### Fredericia Vest

Aflastningsområdet Fredericia Vest havde i 2019 en handelsbalance på 154 %, hvilket dækker over et handelsoverskud på næsten 300 mio. kr. Handelsbalancen er steget med 27 %-point siden 2013. Udviklingen dækker over et fald inden for dagligvarer og en beskeden stigning inden for beklædning, samt en stor stigning inden for øvrige udvalgsvarer på 83 %-point. Handelsbalancens udvikling er et udtryk for en bydel i betydelig vækst, særligt inden for øvrige

udvalgsvarer. Fredericia Vest er specialiseret inden for bil, bolig og dagligvarebutikker og er forbeholdt større butikker.

#### Fredericia Nord

Området nord for bymidten havde i 2019 en handelsbalance på 59 % svarende til et handelsunderskud på ca. 282 mio. kr. pr. år. Handelsbalancen er steget med 8 %-point siden 2013. Det er bemærkelsesværdigt, at Fredericia Nord har vundet markedsandele, eftersom området siden 2013 har mistet 6 butikker - herunder to Fakta butikker - og at forbruget stort set er uændret. Forklaringen kan bl.a. findes i omsætningsvæksten som følge af etableringen af Meny. Omsætningsvæksten får handelsbalancen til at stige. Selvom området i 2013-2019 har oplevet en stigende omsætning, har Fredericia Nord stadig et handelsunderskud. I 2019 svarede handelsunderskuddet i Fredericia Nord til, at borgerne næsten forbruger dobbelt så meget, som butikkerne i Fredericia Nord omsætter for. Det svarer også til, at halvdelen af områdets forbrug på detailhandel bliver lagt i butikker uden for Fredericia Nord.

#### Erritsø og Snoghøj

Erritsø og Snoghøj havde i 2019 en handelsbalance på 83 % svarende til et handelsunderskud på ca. 77 mio. kr. Siden 2013 er handelsbalancen steget med 9 %-point. Alene indenfor dagligvarer er handelsoverskuddet steget med ca. 25 mio. kr. Antallet af butikker er stort set uændret, men både arealet og omsætningen er steget. Selvom området samlet set er blevet stærkere, er den samlede handelsbalance fortsat under 100 %, hvilket indikere et handelsunderskud og dermed rum for yderligere udvikling.

#### Den øvrige kommune

Taulov, Skærbæk samt landsbyerne Herslev, Pjedsted, Bredstrup, Egeskov, Bøgeskov og Trelde-Østerby udgør stadig en lille andel i kommunens detailhandel. De eksakte handelsbalancer kan af anonymitetshensyn ikke opgives. Handelsbalancen i Taulov og Skærbæk ligger på et niveau omkring 20 % med et handelsunderskud på i størrelsesordenen 140 mio. kr. I de små byer uden for de centrale centre i Fredericia Kommune er der stort set ingen butikker, hvilket afspejles i meget lave handelsbalancer på under 5 %.

#### Handelsbalancer, ekskl. internethandel

Der er i nærværende analyse arbejdet med beregning af handelsbalancer inkl. internethandel. For også at vurdere handelsbalancerne uden internethandel, og dermed at foretage en vurdering af detailhandlens styrke og svagheder kun i de fysiske butikker, er metoden ekskl. internethandel også beregnet for hhv. 2013 og 2019. Resultatet ses neden for i skemaet.



### HANDELSBALANCE 2019 (2013) EKSKL. INTERNETHANDEL

Byområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
	%	%	%	%
<b>Bymidten</b>	131 (143)	560 (590)	239 (307)	210 (252)
<b>Fredericia Vest</b>	131 (132)	101 (65)	282 (168)	168 (135)
<b>Fredericia Nord</b>	88 (77)		34 (38)	64 (55)
<b>Erritsø og Snoghøj</b>	119 (109)		62 (54)	90 (79)
<b>Taulov</b>				19 (28)
<b>Skærbæk</b>				
<b>Øvrige landsbyer</b>				
<b>I alt</b>	<b>96 (93)</b>	<b>94 (84)</b>	<b>115 (93)</b>	<b>101 (92)</b>

Handelsbalancen er angivet inden for skalaer, hvis der er 3 eller færre butikker i kategorien.

#### HANDELSBALANCE I FREDERICIA KOMMUNE, EKSKL. INTERNETHANDEL

Hvis internethandlen trækkes ud af borgernes forbrug, er handelsbalancen steget til over 100 %, hvilket betyder, at der er et beskedent handelsoverskud. Forklaringen skyldes, at forbruget uden internethandel i dag er en del lavere end tidligere, da forbruget på internethandel er steget markant de senere år. Samtidig forbliver butikkernes omsætning den samme. Ved brug af forbrug ekskl. internethandel opnår kommunen som helhed en handelsbalance, hvor der stort set er balance mellem forbrug og omsætning. Den mest markante forskel ses inden for øvrige udvalgsvarer, hvor handelsbalancen er steget betydeligt til 115 %. En forklaring er, at det særligt er øvrige udvalgsvarer, der handles online, hvorfor handelsbalancen vil stige når internethandlen trækkes ud af beregningen. Dagligvarer og beklædning har fortsat en handelsbalance under 100 %, og dermed er der fortsat handelsunderskud inden for disse brancher. Der tegnes fortsat et billede af en bymidte, der taber markedsandele og et aflastningsområde, der er i vækst.

## 5.6 Kæder

Godt 60 % af alle butikker i Fredericia Kommune er med i et kædesamarbejde, hvilket er en højere andel end i både 2008 og 2014. Kædeandelen er således steget ligesom på landsplan.

### KÆDEBUTIKKERNES BETYDNING FOR BYERNES ATTRAKTION

Byernes attraktion som handelsbyer er i høj grad bestemt af tilstedeværelsen af især kapitalkæder. Kapitalkædernes betydning skyldes, at de generelt er bedre end ikke-organiserede butikker til at tiltrække og appellere til forbrugerne på baggrund af sortiment, butikssindretning, størrelse, markedsføring, pris mv. Som oftest er de også mere strømlinede og hurtigere til at opfange nye forbrugstendenser. Antallet af kapitalkædebutikker er normalt et udtryk for byens samlede attraktion som handelsby og dens styrke i oplandet. Især de store kædebutikker er i stand til at tiltrække kunder fra et stort opland.

### ANTAL KÆDER 2020 (2014), EKSKL. BILFORHANDLERE

	Kapitalkæder	Frivillige kæder	Uden for kædesamarbejde	I alt
<b>Fredericia Kommune</b>	90	33	77	200

### KÆDEBUTIKKER I FREDERICIA

Analysen viser, at 123 af butikkerne i Fredericia Kommune (ekskl. bilforhandlere) indgik i kædesamarbejde i 2020. Det svarer til knap 62 %, hvilket er ca. 6 %-point højere end i 2014 og 20 %-point højere end i 2008. 45 % af butikkerne indgik i en kapitalkæde (Føtex, Only, Stark, mv.). Ca. 17 % er med i en frivillig kæde (Kop og Kande, Bog og Idé, Photo Care, Løve apotek mv.) og knap 39 % af butikkerne er selvstændige butikker uden for kædesamarbejde.

Især dagligvarebutikkerne har en høj andel af kapitalkæder, og udgør i alt 37 butikker ud af 90 kapitalkæder i Fredericia Kommune. Udviklingen inden for dagligvarer er drevet af hård priskonkurrence, og der er fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede kæder. De seneste år

#### KÆDETYPER

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

**Kapitalkæder:** En kæde defineres ved at være centralt ejet og drevet (person eller selskab), og indeholder mindst fire enheder. Eksempler på kapitalkæder er Jysk, Jack & Jones og Bauhaus.

**Frivillige kæder:** Selvstændige lokale forretningsdrivende, er gået sammen i et samarbejde om f.eks. markedsføring, branding og koncept. Eksempler på frivillige kæder er Guldbageren, Sadolin Farveland og Bog og Idé.

**Uden for kæde:** Butikker uden for kædesamarbejde er selvstændige butikker, hvor ejeren maksimalt ejer 2 enheder. Butikker uden for kæde indgår ikke i samarbejde med andre.

har discountbutikkerne, der alle indgår i kapitalkæder, øget deres udbredelse. Samtidig er eksempelvis minimarkeder og mindre supermarkeder, der typisk indgår i frivillige kæder, blevet reduceret i antal. Dagligvarebutikkerne i Fredericia Kommune, der står uden for kædesamarbejde, er hovedsageligt kiosker og specialdagligvarebutikker, som bagere, slagtere og lokale fødevarebutikker.

#### MANGLENDE KÆDER I FREDERICIA

Gennemgangen af kæderne viser, at flere kæder, som typisk har butikker i byer af samme størrelse, som Fredericia, ikke har butik i byen. Omkring 51 kæder findes ikke i Fredericia, men i byer af samme størrelse.

Listen over kæder kan ses på næste side.

MANGLENDE KÆDER	
Kædenavn	Underbranche
Aubo Køkken og Bad	Køkken og Bad
Designa Køkken	Køkken og Bad
HTH Køkken	Køkken og Bad
Invita Køkken	Køkken og Bad
JKE Design	Køkken og Bad
VVS Eksperten	Køkken og Bad
Bahne	Isenkræmmer
Bygma	Byggecenter
Silvan	Byggecenter
Click	Fotohandel
BabySam	Børneudstyr
Kære Børn	Børneudstyr
BR Legetøj	Legetøj
Bertoni	Tekstil
Bestseller	Tekstil
B-Young	Tekstil
Change	Tekstil
Companys	Tekstil
Deichmann Sko	Tekstil
Deres	Tekstil
Jack&Jones	Tekstil
Kaufmann	Tekstil
Name It	Tekstil
Nanna XL	Tekstil
Neye	Tekstil
Vero Moda	Tekstil

MANGLENDE KÆDER	
Kædenavn	Underbranche
Vila	Tekstil
Sam'S Menswear	Tekstil
Marcus	Tekstil
Message	Tekstil
Modström	Tekstil
Mr.	Tekstil
Samsøe	Tekstil
Saint Tropez	Tekstil
Selected	Tekstil
Femilet	Tekstil
Wagner	Tekstil
Wunderwear	Tekstil
Zizzi	Tekstil
Skoringen	Tekstil
Boconcept	Møbler
Sengespecialisten	Møbler
Møblér	Møbler
Expert	Radio&TV
Friluftsland	Sport og Fritid
Spejder Sport	Sport og Fritid
Garant	Boligtekstil
The Body Shop	Kosmetik
Lysmesteren	Elektronik
Elgiganten	Elektronik
Panduro Hobby	Hobbyartikler

Analysen viser, at der er en relativ høj andel af uafhængige specialbutikker inden for dagligvarer og tøjbutikker. Det er både en styrke og en svaghed. Mange uafhængige specialbutikker er med til at skabe en spændende og attraktiv bymidte med et bredt og varieret butiksudbud. Samtidigt kan det være sårbart med for mange underbrancher, der kun er repræsenteret med én eller få butikker. Kædebutikker tiltrækker normalt kunder fra et større opland og bidrager til et mindre sårbart handelsliv ved skiftende tendenser og generationsskifte.

En stor andel af kommunens tøjbutikker udgøres af uafhængige specialbutikker. På den ene side er det muligt at brande Fredericia som et spændende og attraktivt alternativt til de store butikscentre. Omvendt er der også et potentiale for at tiltrække flere kædebutikker, som f.eks., Name it, Bestseller, Companyes, Fransa, Hunkemøller, Jack & Jones, Dressman, der kan bidrage til bylivet. Også børnetøj og -legetøj er der mangel på i kommunen, og der kunne arbejdes på at tiltrække kædebutikker som BabySam og BR Legetøj.

Elektronikbutikker er ligeledes en mangelvare i kommunen, og der er stort set ingen butikker, der sælger elektronik. Kommunen kunne dermed arbejde på at tiltrække butikker som Elgiganten og Power og dermed mindske behovet for at handle denne type varer i de konkurrerende centre i regionen eller på nettet.

Selvom kæderne vil udfordre de selvstændigt butiksdrivende, kan de også bidrage til at skabe mere dynamik og et større fodgængerflow til glæde for byens andre butikker og kunderelaterede erhverv.

#### KÆDERNES LOKALISERINGSØNSKER

Butikskæderne har typisk en række ønsker til lokalisering af nye butikker. Kæderne inden for beklædning efterspørger typisk placeringer i de primære strøgader, ved centrale pladser i bymidten eller i butikscentre.

De store udvalgswarebutikker på over 1.000 m<sup>2</sup>, som eksempelvis elektronik, møbler eller børneudstyr, placerer sig typisk uden for den centrale del af bymidten. En naturlig årsag er, at det kan være vanskeligt at indpasse store butiksheder i en bymidte, hvor der ofte er mange mindre matrikler og bevaringsmæssige hensyn, eller hvor det kan være vanskeligt at etablere et tilstrækkeligt antal lettilgængelige p-pladser. De store udvalgswarekæder efterspørger typisk en placering i tilknytning til større veje, hvor der er god tilgængelighed for bilister og gode parkeringsmuligheder. De store udvalgswarebutikker etablerer sig derfor ofte på kanten af byerne, ved indfaldsveje og nær områder til pladskrævende varegrupper.

## 5.7 Underbrancher

Der er identificeret knap 30 underbrancher på baggrund af de 220 butikker i Fredericia Kommune. Antallet af underbrancher viser et bredt butiksudbud, der dækker både hverdagens behov for dagligvarer såvel som mere særlige behov inden for beklædning og andre udvalgsvarer. Specialbutikkerne i Fredericia Kommune udgør en relativ stor andel sammenlignet med andre kommuner.

Underbrancherne er listet i forhold til antal butikker, areal, omsætning og arealintensitet og er vist på næste side.

**ANTAL BUTIKKER, AREAL, OMSÆTNING OG KR. PR. M<sup>2</sup>**

Underbranche	Antal butikker	Areal	Omsætning	Omsætning pr. m <sup>2</sup> (kr. pr. m <sup>2</sup> )
Bilforhandlere	21	39.800 m <sup>2</sup>	1.224 mio. kr.	30.710
Biludstyr	4	5.500 m <sup>2</sup>	80 mio. kr.	14.507
Planter og haveartikler	5	7.400 m <sup>2</sup>	39 mio. kr.	5.282
Boghandel	2	1.100 m <sup>2</sup>	*	*
Boligindretning	7	4.100 m <sup>2</sup>	41 mio. kr.	10.024
Kunsthandel og Gallerivirksomhed	2	300 m <sup>2</sup>	*	*
Byggemarked	5	9.300 m <sup>2</sup>	157 mio. kr.	16.973
Babyudstyr	1	1.500 m <sup>2</sup>	*	*
Cykelforretning	6	1.500 m <sup>2</sup>	23 mio. kr.	14.916
Dyrehandel og Husdyrudstyr	2	1.000 m <sup>2</sup>	*	*
Farvehandel	4	1.100 m <sup>2</sup>	15 mio. kr.	13.153
Fotoforretning	1	100 m <sup>2</sup>	*	*
Genbrug	10	3.700 m <sup>2</sup>	9 mio. kr.	2.286
Hobby	2	300 m <sup>2</sup>	*	*
Isenkram	6	1.800 m <sup>2</sup>	50 mio. kr.	27.503
Kiosk	19	2.500 m <sup>2</sup>	87 mio. kr.	35.618
Køkken	2	1.200 m <sup>2</sup>	*	20.902
Tele- og mobiludstyr	8	700 m <sup>2</sup>	18 mio. kr.	24.295
Møbler	5	11.900 m <sup>2</sup>	63 mio. kr.	5.239
Optikere	8	1.400 m <sup>2</sup>	43 mio. kr.	29.833
Personlig pleje	8	2.000 m <sup>2</sup>	47 mio. kr.	23.201
Skoforretning	5	1.300 m <sup>2</sup>	20 mio. kr.	15.096
Specialdagligvareforretning	19	2.600 m <sup>2</sup>	68 mio. kr.	26.503
Sport og fritid	6	1.900 m <sup>2</sup>	29 mio. kr.	15.679
Store dagligvarebutikker	24	30.400 m <sup>2</sup>	1.247 mio. kr.	41.028
Tasker	1	300 m <sup>2</sup>	*	*

Tøjforretning	29	8.400 m <sup>2</sup>	157 mio. kr.	18.808
Ure og smykker	5	700 m <sup>2</sup>	18 mio. kr.	25.957
Øvrige	3	600 m <sup>2</sup>	*	*

### ANTAL BUTIKKER I UNDERBRANCHERNE

Kommunens 220 butikker er kategoriseret inden for ca. 30 underbrancher. Specialdagligvarer, kiosker, bilforhandlere, store dagligvarebutikker og tøjbutikker har hver mellem 19 og 29 butikker repræsenteret. De resterende underbrancher, som eksempelvis møbelforhandlere, boghandlere, cykelhandlere og optikere har mellem 1 og 10 butikker repræsenteret.

Ud af kommunens 220 butikker er der i alt 26 tøjbutikker, hvoraf langt de fleste er små uafhængige specialbutikker uden kædesamarbejde. Det er en relativ stor andel af uafhængige tøjbutikker i forhold til andre sammenlignelige byer. Som nævnt kan det både være en styrke og en svaghed. Kæder kan være med til at styrke en by, men samtidig er det vigtigt for en handelsby, at de ensartede kapitalkæder suppleres af forretninger i frivillige kæder og uden for kædesamarbejde for at skabe variation og specialisering i butiksudbuddet. Der er også forholdsvist mange specialbutikker inden for dagligvarebranchen, og med i alt 19 butikker som slagtere, vinforhandlere, bagere mv. står special-dagligvarebutikkerne stærkt i Fredericia. Den store andel af specialforretninger inden for tøj og dagligvarer, bidrager til en mere spændende og attraktiv bymidte.

Nogle af underbrancherne er kun repræsenteret med én forretning. Det lave antal forretninger pr. branche og den høje andel af uafhængige forretninger gør også Fredericia sårbar overfor generationsskifte og nye tendenser. For også på længere sigt at fastholde bymidtens relevans som indkøbssted er det afgørende, at der opretholdes et så bredt udbud af forretninger som muligt inden for flest mulige brancher. Der mangler særligt butikker med børnetøj og elektronik i Fredericia.

### OMSÆTNING PR. M<sup>2</sup>

De store dagligvarebutikker i Fredericia Kommune omsætter i gennemsnit for 41.000 kr. pr. m<sup>2</sup>, hvilket er lidt højere end andre store dagligvarebutikker i lignende byer. Dette er et udtryk for, at de store dagligvarebutikker klarer sig godt.





## 6 Kundeorienterede serviceerhverv

Servicefunktioner som spisesteder, frisører og klinikker spiller en stigende rolle for bylivet og er en del af den attraktive handelsby. I forbindelse med besigtigelsen i foråret 2020 er Fredericia by-midte undersøgt for andre funktioner end butikker.

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

### FLERE SPISESTEDER

Restaurationsbranchen har gennem en årrække haft markant vækst inden for alt fra klassiske restauranter til grillbarer, pizzeriaer, caféer, barer, take-away steder, cateringfirmaer og mobile madenheder. Ifølge en tidligere opgørelse fra Horesta voksede antal spisesteder med 8 % fra 2008-2013, svarende til 15 ekstra spisesteder i en gennemsnitskommune. En nyere opgørelse fra Horesta viser dog, at stigningen de seneste år er bremset en smule, og at antallet af spisesteder kun steg 0,3 % fra 2017-2018 svarende til 53 spisesteder i alt for hele landet. Den mere afdæmpede vækst dækker bl.a. over en branche med øget konkurrence, og hvor strukturen er under forandring mod færre men større spisesteder – på samme måde som for detailhandlen. Særligt i 2018 var der en stigning i antal konkurser, som primært ramte mindre restaurantvirksomheder. Selvom det lader til, at der var en mindre opbremsning i 2018, fylder spisestederne stadig mere i gadebilledet end tidligere og bidrager mere til bylivet. Fremover kan vi forvente, at især konceptrestauranterne kommer til at fylde mere i bybilledet.

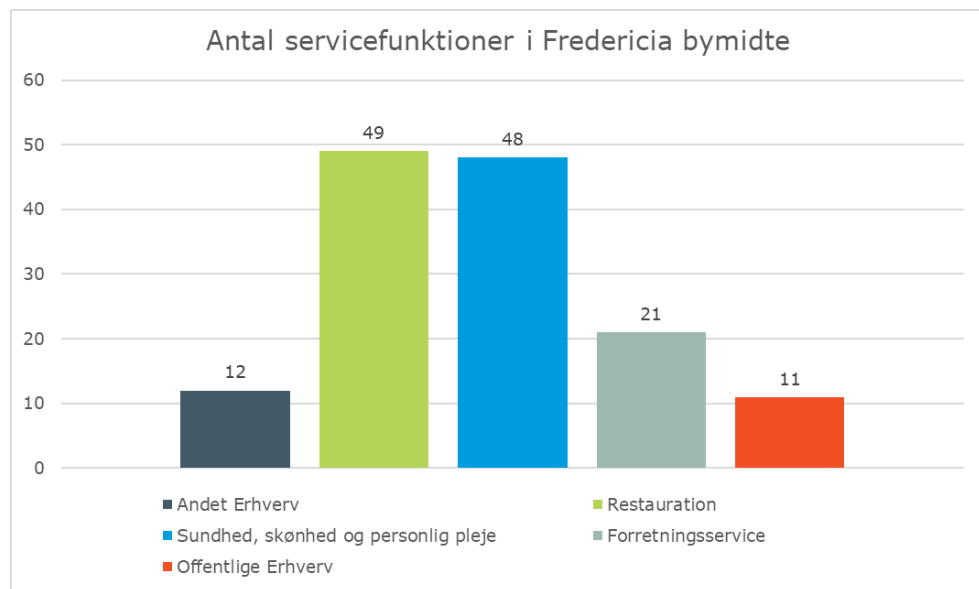
### VÆKST I ALT INDENFOR SUNDHED OG WELLNESS

Motion, sundhed og skønhed er i stærk vækst og har også sat sit præg på byer og bymidter. Der er ikke samlede tal for væksten i hele branchen, men antallet

af fitnesscentre er ifølge Dansk Idrætsforbund fordoblet fra 2006 til 2016. Alene fra 2013 til 2014 var der en tilvækst på 40 centre. Fitnesscentre er blot ét eksempel. Der er vækst over et bredt felt af forretninger, som baserer sig på kropens sundhed, skønhed og velvære. Speciallæger, fysioterapeuter, kiropraktikere, alternative behandlere, terapeuter, frisører, skønhedsklinikker, tatovører mv. er andre eksempler. De ændrede vaner og efterspørgselsmønstre viser sig ikke kun som nye virksomheder. De senere år er motion flyttet ud i byerne og naturen, og aktive motionister fylder i dag mere i gadebilledet.

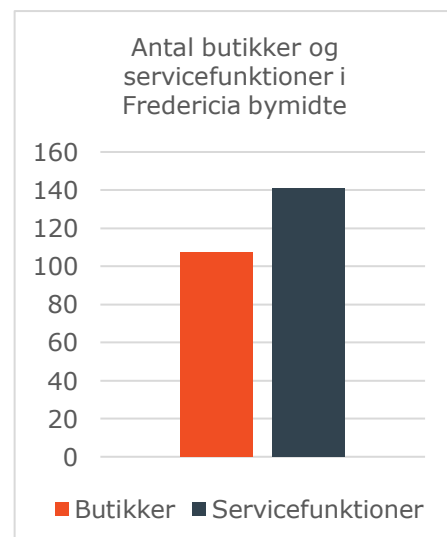
### SERVICEFUNKTIONER I FREDERICIA BYMIDTE

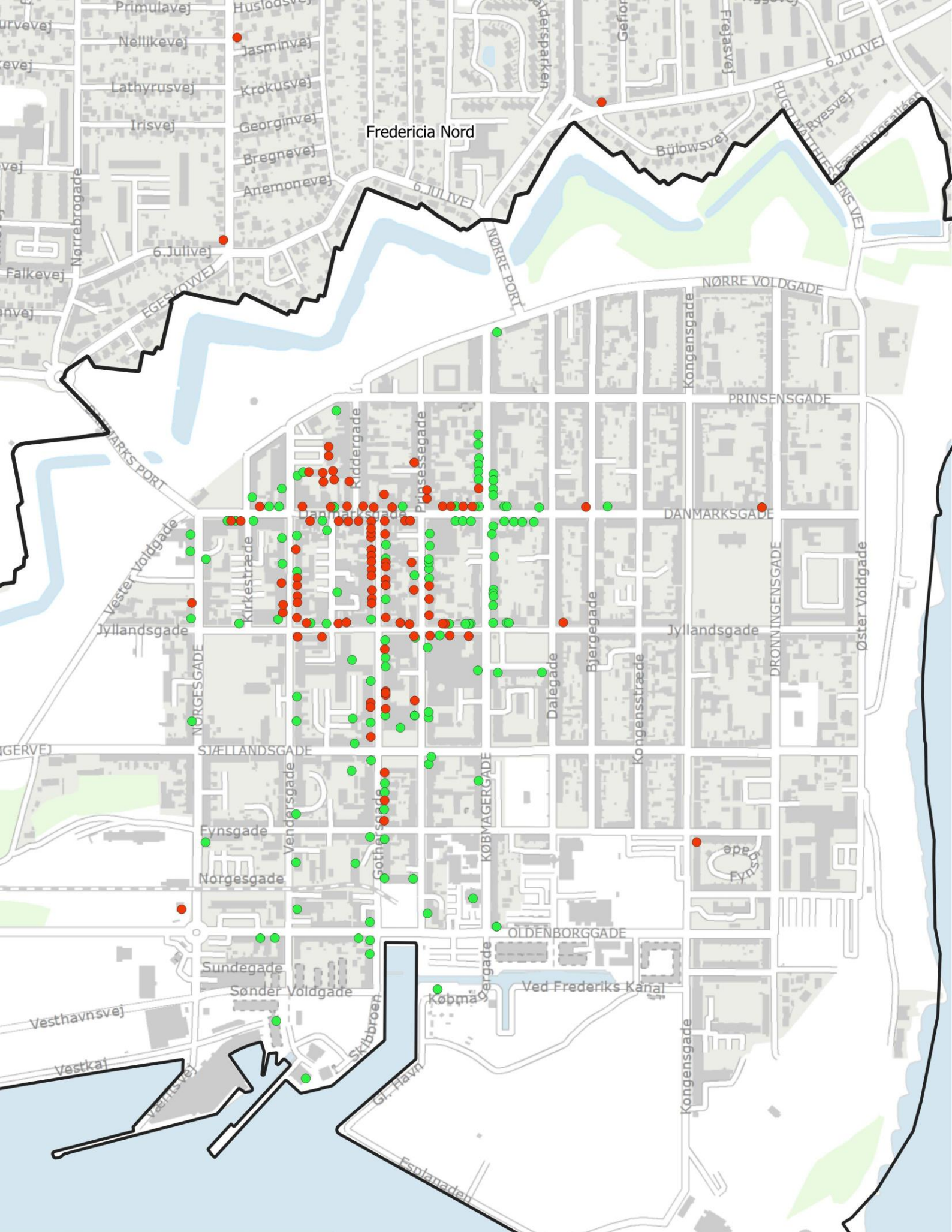
Antallet af servicefunktioner er undersøgt for Fredericia bymidte. Der er registreret i alt 141 servicefunktioner fordelt på 49 inden for restauration (café, bar, restaurant, take-away mv.) svarende til omkring 35 %. Der er registreret 48 inden for sundhed, skønhed og personlig pleje (frisør, solcenter, skønhedssalon, læge, fysioterapeut mv.), svarende til ca. 35 %. Inden for forretningsservice (banker, mæglere mv.) er der registreret 21 servicefunktioner svarende til omkring 15 %. Hhv. 12 og 11 servicefunktioner er registreret inden for andet erhverv og offentlige erhverv (biblioteker, posthuse, biografier mv.) svarende til omkring 15 %.



Forholdet mellem servicefunktioner og butikker viser en overvægt af servicefunktioner i bymidten med 141 servicefunktioner og 112 butikker. Det stemmer fint overens med, hvad der typisk er registreret i andre sammenlignelige byer, hvor COWI har gennemført lignende analyser. Fordelingen viser også, at servicefunktionerne spiller en vigtig del i Fredericias samlede handelsliv.

Se fordelingen på kortet næste side.





- Fredericia bymidte**
- Detailhandel
  - Kundeorienterede serviceerhverv



## 7 Forbrugsudvikling og arealbehov

Behovet for areal til detailhandel afhænger i høj grad af udviklingen inden for privatforbruget, e-handlen og strukturudviklingen. Alt afhængigt af udviklingen kan det fremtidige arealbehov være både mindre eller større end det nuværende areal til detailhandel.

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

- > Kommunens og erhvervslivets engagement i udviklingen af detailhandlen
- > Befolkningsudviklingen
- > Udviklingen i privatforbruget
- > Udviklingen i e-handlen
- > Udviklingen i handelsbalancen overfor nabokommunerne
- > Udviklingen i butikkernes omsætning pr. m<sup>2</sup>.

Der er opstillet tre scenarier for behovet for areal til butikker i Fredericia Kommune de næste 12 år (2019-2032). Maksimumsscenarioet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Fredericia Kommune. Minimumsscenarioet udtrykker den omvendte situation. Derudover er der beregnet et middelscenarie, der beskriver en udvikling mellem de to yderpunkter.

### KOMMUNENS ENGAGEMENT I UDVIKLINGEN AF DETAILHANDLEN

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

## BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

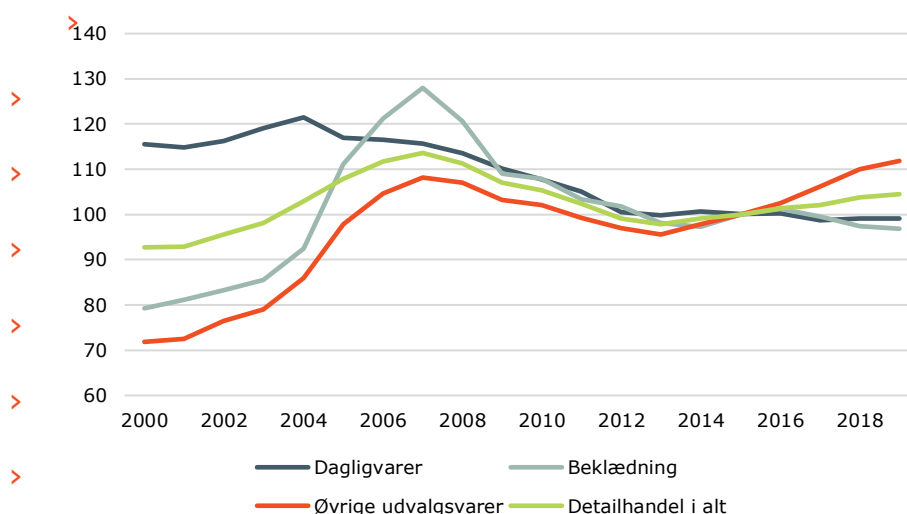
Vækst i indbyggertallet betyder flere kunder og har stor betydning for detailhandlen. Ifølge Fredericia Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet stige med omkring 4.500 personer de næste 12 år. Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Fredericia Kommunes prognose.

## FORBRUGET

Efter 2007, hvor forbruget toppede, var forbrugerne tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise. Den økonomiske afmatning er imidlertid stoppet, og privatforbruget er frem til 2020 steget. De første indikationer på Corona-krisens effekt på detailhandlen viser, at danskerne efter en midlertidig opbremsning igen bruger penge i butikkerne.

Udviklingen i detailhandlen og inden for hovedbrancherne har i overordnede træk været følgende på landsplan:

- > Omsætningen er faldet med ca. 8 % fra 2007 til ultimo 2019 på landsplan. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005<sup>1</sup>.
- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne er i perioden 2007-2019 faldet med ca. 14 %. Discountbutikkerne har under ét haft markant fremgang under lavkonjunktoren. Siden 2012 har omsætningen i dagligvarebutikkerne ligget på et nogenlunde konstant niveau.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche. Tilbagegangen i perioden 2007-2019 har været størst indenfor beklædning, hvor omsætningen er faldet med knap 25 % på landsplan.
- > Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 3 % i perioden 2007-2019. Øvrige udvalgsvarer oplevede en stor stigning i perioden 2013-2019 og er nu over toppen fra 2007.



<sup>1</sup> Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i de sidste 12 måneder, der er data tilgængeligt for. Det sæsonkorrigerede mængdeindeks tager højde for sæsonudsving og inflation.

>

*Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation, frem til juli 2019. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.*

### E-HANDLEN

E-handlen vinder frem, og i 2019 nåede e-handlen et omfang på ca. 145 mia. kr. I e-handlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning og fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. E-handlen forventes at fortsætte sin vækst.

E-handlen er meget branchefhængig. Eksempelvis bliver en stor andel af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj handlet online, mens det stadig kun er godt 2 % af dagligvarerne, der handles online. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også handel inden for nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på nettet. Hvis væksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butikksformål.

I de tre scenarier forudsættes det, at e-handlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at e-handlen vil fortsætte sin kraftige vækst. Eksempelvis forventes den at dække 40 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2032. I maksimumsscenarioet forventes e-handlen at vokse mere beskedent og dække 27 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2032. I middelscenariet er væksten 35 %.

### HANDELSBALANCEN

Scenarierne udtrykker et spænd i udviklingen i handelsbalancen. I minimumsscenarioet er det forudsat, at Fredericia Kommunes markedsandele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer svarer til den nuværende situation og niveauer i branchernes handelsbalancer. I både middel- og i maksimumsscenarioet forudsættes det, at Fredericia Kommune styrker sin regionale position og vinder markedsandele. Derfor forudsættes det, at handelsbalancerne vil stige i både middel- og maksimumsscenarioet.

### BUTIKKERNES OMSÆTNING PR. M<sup>2</sup>

Omsætning pr. m<sup>2</sup> har gennem en årrække været faldende, men de seneste år er udviklingen vendt og butikkerne er igen blevet mere effektive. Udviklingen af nye butikker tyder på, at der igen skal bruges mere plads til at opnå den ønskede omsætning. Det er vanskeligt at forudse, hvordan udviklingen vil blive 12 år frem, og hvordan den vil blive inden for de forskellige brancher. I scenarierne er det forudsat, at omsætningen pr. m<sup>2</sup> vil forblive på samme niveau som i dag.

### SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2032

På baggrund af analysen af detailhandlen i Fredericia Kommune samt vurderinger af udviklingen i de forskellige faktorer, der påvirker detailhandlen, er der udarbejdet tre scenarier. De tre scenarier udtrykker et behov for butiksareal i Fredericia Kommune i perioden 2020-2032.

### Minimumsscenariet

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

- > at indbyggertallet stiger med ca. 4.500 personer i perioden 2020-2032,
- > at den lave vækst i forbruget af detailhandelsvarer fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke bruger væsentligt flere penge på varer, end de gør i dag,
- > at e-handlen fortsat vokser og tager større andele fra byernes butikker i 2032,
- > at handelsbalancerne for alle hovedbrancherne vil forblive status quo, bl.a. som følge af udvidelsen af Kolding storcenter, der fortsat tiltrækker handlende fra bl.a. Fredericia Kommune,
- > at omsætningen pr. m<sup>2</sup> forbliver på samme niveau som i dag.

Resultatet af minimumsscenariet er, at omsætningen i 2032 vil kunne ske på et areal, der er ca. 6.400 m<sup>2</sup> mindre end i dag. Tallet dækker over, at dagligvareomsætningen i 2032 kan klares på et butiksareal, der er ca. 1.200 m<sup>2</sup> større end i dag og at udvalgsvareomsætningen kan klares på et areal, der er ca. 7.500 m<sup>2</sup> mindre.

#### MINIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2032

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
<b>Handelsbalance</b>	0 %-point	0 %-point	0 %-point
<b>Privatforbrugstilvækst pr. år.</b>	0,25 %	0 %	0,83 %
<b>Andel til nethandel</b>	10 %	25 %	40 %
	<b>Dagligvarer</b>	<b>Udvalgsvarer</b>	
<b>Behov for yderligere areal</b>	ca. 1.200 m <sup>2</sup>	ca. -7.500 m <sup>2</sup>	

### Maksimumsscenarioet

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

- > at indbyggertallet stiger med ca. 4.500 personer i perioden 2020-2032,
- > at forbruget igen vil vokse og i 2032 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- > at væksten i e-handlen bliver mindre markant og at e-handlen i mindre grad vil øge sin andel af forbruget,
- > at handelsbalancen for dagligvarer vil stige moderat med 5 %-point,
- > at handelsbalancen for beklædning vil stige moderat med 6 %-point, bl.a. som følge af en indsats for et større butiksubud inden for beklædning,
- > øvrige udvalgsvarer vil stige moderat med 3 %-point, bl.a. som følge af fortsat vækst og en udbygning af butiksstrukturen med flere butikker inden for øvrige udvalgsvarer,
- > at omsætningen pr. m<sup>2</sup> forbliver på samme niveau som i dag.

Resultatet af maksimumsscenarioet viser et behov for detailhandelsareal på i alt ca. 30.000 m<sup>2</sup> i 2032. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på ca. 7.700 m<sup>2</sup> og ca. 22.200 m<sup>2</sup> yderligere til udvalgsvarebutikker.

### MAKSIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2032

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
<b>Stigning i handelsbalance</b>	+5 %-point	+ 6 %-point	+ 3 %-point
<b>Privatforbrugstilvækst pr. år</b>	0,58 %	1,25 %	2,92 %
<b>Andel til nethandel</b>	3 %	18 %	27 %
	<b>Dagligvarer</b>	<b>Udvalgsvarer</b>	
<b>Behov for yderligere areal</b>	ca. 7.700 m <sup>2</sup>	ca. 22.200 m <sup>2</sup>	



### Middelscenariet

Middelscenariet, der ligger et sted midt mellem de to yderpunkter, kan beskrives ved:

- > at indbyggertallet stiger med ca. 4.500 personer i perioden 2020-2032,
- > at forbruget igen vil vokse og i 2032, men ikke til niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- > at væksten i e-handlen bliver mindre markant og at e-handlen i nogen grad vil øge sin andel af forbruget,
- > at handelsbalancen for dagligvarer vil stige moderat med 5 %-point,
- > at handelsbalancen for beklædning vil stige moderat med 6 %-point, bl.a. som følge af en indsats for et større butiksudbud inden for beklædning,
- > øvrige udvalgsvarer vil stige moderat med 3 %-point, bl.a. som følge af fortsat vækst og en udbygning af butiksstrukturen med flere butikker inden for øvrige udvalgsvarer,
- > at omsætningen pr. m<sup>2</sup> forbliver på samme niveau som i dag.

Resultatet af maksimumsscenarioet viser et behov for detailhandelsareal på i alt ca. 12.000 m<sup>2</sup> i 2032. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på ca. 5.500 m<sup>2</sup> og ca. 6.700 m<sup>2</sup> yderligere til udvalgsvarebutikker.

### MIDDELT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2032

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
<b>Stigning i handelsbalance</b>	+5 %-point	+ 6 %-point	+ 3 %-point
<b>Privatforbrugstilvækst pr. år</b>	0,33 %	0,67 %	2,00 %
<b>Andel til nethandel</b>	5 %	20 %	35 %
	<b>Dagligvarer</b>	<b>Udvalgsvarer</b>	
<b>Behov for yderligere areal</b>	ca. 5.500 m <sup>2</sup>	ca. 6.700 m <sup>2</sup>	

### BEHOV FOR AREAL TIL BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VARER

Det er forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, da der er meget stor forskel butikkerne imellem. Ifølge praksis fastlægger kommunerne i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særligt pladskrævende

varegrupper. Med den nye Planlov er definitionen af særligt pladskrævende varer desuden opblødt en anelse.

Der er i de senere år sket en brancheglidning, hvor eksempelvis butikker indenfor særligt pladskrævende varegrupper i stigende grad også forhandler øvrige udvalgsvarer. Eksempler er byggemarkeder og plantecentre, som ofte har et stort butiksudsnit med øvrige udvalgsvarer. Varesortimentet i byggemarkederne er udvidet til også at omfatte cykler, møbler, visse typer elektronik, farvehandel og standardiseret beklædning.

### SAMLET VURDERING

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

Minimums- og maksimumscenariet angiver tilsammen et spænd for, hvad der anses som realistiske udviklinger. Det mest sandsynlige scenarie er et middelscenario, dvs. et gennemsnit af minimums- og maksimumscenariet.

Afhængig af, om udviklingen vil læne sig op ad minimums- eller maksimumsscenarioet, vil detailhandlen i 2032 kunne ske på et areal der er mellem ca. 6.400 m<sup>2</sup> mindre eller ca. 30.000 m<sup>2</sup> større end det nuværende. Det bemærkes, at de beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjebliksbillede. Der vil ske ændringer i butiksstrukturen efter analysens udarbejdelse. Butikslukninger kan øge behovet for yderligere areal, mens nyetableringer kan reducere behovet.

Udviklingen i behovet for areal er meget følsom over for ændringer i forudsætningerne. Detailhandlen er et dynamisk erhverv, som betyder, at der er et løbende behov for fornyelse af detailhandlen.

De seneste 12 år har areal til detailhandel i Fredericia Kommune stort set ikke ændret sig. Det kan være nødvendigt at omfordele nogle arealrammer til nye områder eller øge arealrammer i eksisterende centerområder. Derved beholdes fleksibiliteten, hvis der senere skal reageres på udviklingstendenser eller hvis eksisterende butikker ønsker at udvide.



## 8 Retningslinjer og centerstruktur

Centerstrukturen sætter de planlægningsmæssige rammer for lokalplanlægningen og udviklingsmulighederne for detailhandlen. Der kan som udgangspunkt kun etableres detailhandel i centerområderne.

Fredericia Kommune kan med detailhandelsplanlægningen medvirke til at sikre:

- > at omfanget af arealer til detailhandel er tilstrækkeligt set ift. planperioden,
- > at arealerne har den rigtige beliggenhed for borgerne og
- > at tilgængeligheden til arealerne for både kunder, detailhandlere og leverandører af varer er god.

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

### DEFINITION

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

Centerområderne i Fredericia Kommune består af 3 bymidter, 6 bydelscentre, 6 lokalcenter, 6 områder til butikker med særligt pladskrævende varegrupper og 1 aflastningsområde.

## 8.1 Restrummelighed

Ifølge Kommuneplan 2017-2029 for Fredericia Kommune er den samlede ramme for detailhandel på ca. 280.200 m<sup>2</sup>. Der er i foråret 2020 registreret i alt ca. 123.850 m<sup>2</sup> detailhandel inden for centerområderne i Fredericia Kommune.

Den samlede ramme for detailhandel uden områder til særlig pladskrævende varegrupper er 130.200 m<sup>2</sup>, inkl. aflastningsområdet Fredericia Vest med en ramme på knap 40.000 m<sup>2</sup>. Der er registreret i alt ca. 93.950 m<sup>2</sup> detailhandel, foruden områderne til særlig pladskrævende varegrupper. Det giver således en restrummelighed på omkring 36.250 m<sup>2</sup> til udvidelse eller nyetablering af detailhandel.

Den samlede ramme for detailhandlen inden for særlig pladskrævende varegrupper er på 150.000 m<sup>2</sup>. Der er registreret i alt ca. 30.000 m<sup>2</sup> butikker til særlig pladskrævende varegrupper. Det giver en restrummelighed på ca. 120.000 m<sup>2</sup> til udvidelse eller nyetablering til butikker til særlige pladskrævende varegrupper.

Restrummeligheden til nybyggeri og omdannelse til butiksformål i centerområderne i Fredericia Kommune er dermed i alt ca. 156.500 m<sup>2</sup>. Det svarer i store træk til, at kun ca. halvdelen af arealrammen i centerområderne er udnyttet.

Den restrummelighed, der allerede findes i Fredericia Kommuneplan 2017-2029, overstiger dermed det beregnede behov for butiksareal i maksimumsscenarioet på knap 32.000 m<sup>2</sup> betydeligt.

### ANVENDT METODE

Bruttoetagearealerne af detailhandel i hvert centerområde er opgjort for de aktive butikker. Bruttoetagearealerne er som udgangspunkt indhentet direkte fra den butiksdrivende. Bruttoetagearealerne er sammenholdt med arealrammerne for hvert centerområde, hvorved restrummeligheden i hvert centerområde er opgjort. Restrummeligheden angiver antal m<sup>2</sup> til nybyggeri og omdannelse til butiksformål.

En oversigt over arealrammer og restrummelighed fremgår af tabellen på næste side. Arealrammerne er angivet ud fra Kommuneplan 2017-2029 for Fredericia Kommune.

AREALRAMMER, EKSISTERENDE BRUTTOETEGAREAL OG RESTRUMMELIGHED (m <sup>2</sup> )			
Område	Arealramme	Eksisterende bruttoetageareal*	Restrummelighed*
<b>Fredericia midtby</b>			
Bymidte	54.000	24.350	29.650
Særligt pladskrævende varegrupper Strandvejen, Autohuset Vestergaard	5.000	6.800	0
<b>Fredericia nord</b>			
Særligt pladskrævende varegrupper Nordre Ringvej	15.000	4.200	10.800
Bydelscenter, Nymarksvej	2.900	2.500	400
Bydelscenter, Skansevej	1.000	0	1.000
Bydelscenter, Egeskovvej	1.690	850	850
Bydelscenter, Vesterbrogade	3.900	3.500	400
<b>Fredericia vest</b>			
Aflastningsområde, Vejlevej	39.200	52.550	0**
<b>Taulov og Danmark C</b>			
Bymidte	3.000	100	2.900
Lokalcenter, Adelvej	3.000	100	2.900
Særligt pladskrævende varegrupper Danmarks C og Tonne Kjærvej	100.000	8.800	91.200
Lokalcenter, Danmark C	2.000	0	2.000
<b>Skærbæk</b>			
Bymidte	2.000	200	1.800
<b>Erritsø og Snoghøj</b>			
Bydelscenter, Snoghøj, ved afkørsel 59	5.000	3.600	1.400
Bydelscenter, Snoghøj Landevej, Erritsø Bygade	6.000	5.100	900
Særligt pladskrævende varegrupper Afkørsel 59	25.000	8.600	16.400
Særligt pladskrævende varegrupper Røde Banke, Davidsen	5.000	1.500	3.500

<b>Kommunen i øvrigt</b>			
Lokalcenter, Egeskov	2.000	1.100	900
Lokalcenter, Trelde	1.500	0	1.500
Lokalcenter, Pjedsted og Bredstrup	1.500	0	1.500
Lokalcenter, Herslev	1.500	0	1.500
<b>I alt inden for centerstruktur</b>	<b>280.200</b>	<b>123.850</b>	<b>156.350</b>

\* Afrundet til nærmeste hundrede  
 \*\* Detailhandelskvote fra staten er opbrugt.