

PER SIMONSEN EJENDOMSUDVIKLING

MULIGHEDER FOR ET AFLASTNINGSOMRÅDE VED VEJLEVEJ I HEDENSTED

NOTAT

ADRESSE COWI A/S
Visionsvej 53
9000 Aalborg

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk

PROJEKTNR.

A102619

DOKUMENTNR.

1

VERSION

2.0

UDGIVELSESDATO

09.01.2018

BESKRIVELSE

Detailhandelsnotat

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

KRLB

GODKENDT

KRLB

INDHOLD

1	Baggrund og formål	3
2	Manglende udvalgsvarekæder i Hedensted	4
3	Eksisterende kommuneplanramme og lokalplan for projektområdet	6
3.1	Eksisterende centerstruktur ved projektområdet	7
4	Eksisterende center- og butiksstruktur i Hedensted	8
5	Redegørelseskrav ved planlægning for nye aflastningsområder	10
6	Oplandet til et aflastningsområde i Hedensted	12
7	Udviklingen i forbruget og arealbehovet i oplandet	14
7.1	Stigende indbyggertal i oplandet	15
7.2	Stigende privatforbrug	15
7.3	Samlet vurdering af udviklingen i forbruget	16
8	Behovet for yderligere areal til udvalgsvarebutikker	18
8.1	Moderat stigende e-handelsandel med udvalgsvarer	18
8.2	Stigninger på handelsbalancen	19
8.3	Konstant arealintensitet	20
8.4	Samlet vurdering af behov for yderligere areal	20
9	Forslag til afgrænsning og arealramme for et nyt aflastningsområde	22
10	Ordforklaring	25

1 Baggrund og formål

Per Simonsen Ejendomsudvikling ønsker at anvende et areal mellem Vejlevej og Hovedvejen i Hedensted til udvalgswarebutikker. I dag ligger Jem & Fix og Jysk på arealet, som også anvendes af Hedensted Caravan Center til udendørs opbevaring af campingvogne. Jysk etablerede en udvalgswarebutik på arealet i november 2017. Der er fysisk plads til flere udvalgswarebutikker på arealet.

Arealet ligger ved det overordnede vejnet med god synlighed fra rundkørslen og er kendetegnet ved en høj fremkommelighed og god tilgængelighed for bilister. Beliggenheden er attraktiv for en række udvalgswarebutikskæder, som ikke findes i Hedensted i dag. Med etableringen af nye udvalgswarebutikker på arealet kan en del af vækstpotentialet for Hedensteds detailhandel udnyttes og en større del af handlen holdes hjemme i Hedensted Kommune. Detailhandlen i Hedensted er i dag i skarp konkurrence med detailhandlen i bl.a. Horsens og Vejle, hvor der bl.a. ligger indkøbsområder med udvalgswarebutikker langs hovedvejen til Hedensted.

Arealet er i den nuværende planlægning delvist udlagt som lokalcenter og delvist udlagt som område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Der er med den nuværende planlægning for arealet kun mulighed for at etablere yderligere 500 m² udvalgswarebutikker på arealet, da arealrammen i lokalcentret næsten er opbrugt, og da der ikke kan etableres udvalgswarebutikker i et område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Hvis arealet udlægges som aflastningsområde, og hvis rammerne for detailhandel i området ændres, vil det være muligt at etablere nye udvalgswarebutikker på arealet. Med den nye Planlov er der mulighed for et udlægge nye aflastningsområder, såfremt der kan redegøres herfor. Der skal bl.a. redegøres for et tilstrækkeligt kundegrundlag.

FORMÅLET MED NÆRVÆRENDE NOTAT

Formålet med notatet er at redegøre for kundegrundlaget til planlægning for et aflastningsområde samt at beregne og vurdere en passende arealramme for aflastningsområdet. Redegørelsen er udarbejdet jf. kravene om redegørelse for kundegrundlag og arealbehov i Planloven og Vejledningen om detailhandelsplanlægning. Notatet ligger forud for en fuld redegørelse for et aflastningsområde jf. Planlovens fulde redegørelseskrav.

Omsætningstal er anført i 2016-priser og inkl. moms medmindre andet er angivet.

Der findes en ordforklaring til sidst i notatet.

2 Manglende udvalgswarekæder i Hedensted

Der er i udgangen af november 2017 gennemført en screening af, hvilke udvalgswarebutikskæder der mangler i Hedensted. Screeningen viser, at en række kendte kædebutikker indenfor handel med bl.a. møbler, boligudstyr, køkkener, elektronik og hvidevarer ikke findes i Hedensted i dag.

MANGLENDE UDVALGSVAREBUTIKSKÆDER I HEDENSTED		
Kæde	Nærmeste butikker	Underbranche
Ønskebørn	Horsens, Vejle	Baby- og børneudstyr
BabySam	Vejle	
Kære Børn	Kolding	
Sport24	Horsens, Vejle	Sportsudstyr og beklædning
Bonnie Dyrecenter	Vejle	Dyrehandel
Maxi Zoo	Horsens	
Petworld	Horsens, Vejle	
Punkt 1	Skanderborg	Elektronik og hvidevarer
Skousen	Horsens, Vejle	
Hvidt og Frit	Hornum, Vejle	
T. Hansen	Horsens, Vejle (x 2)	Fritid og have
Surf&Ski	Horsens	
Flügger Farver	Horsens, Vejle	
Horze	Aarhus	
Aubo Køkken og Bad	Silkeborg	Køkkenbutik
Garant	Horsens, Vejle	
HTH Køkken	Horsens (x 3), Vejle (x 2)	
Invita Køkken	Vejle	
Kvik Køkken	Horsens, Vejle	
Svane Køkkenet	Horsens, Vejle	
Designa Køkken	Horsens, Vejle	
JKE Design	Horsens	
Vordingborg Køkkenet	Horsens, Vejle	
Botex	Horsens, Vejle	Møbler og boligudstyr
Dan-Bo Møbler	Horsens	
Biva	Fredericia	
Møbelkæden	Vejle	
Møblér	Horsens, Vejle	
Idé Møbler	Horsens, Vejle	
ILVA	Kolding, Sabro	
Jysk	Horsens, Vejle	Tæppe, gulve, gardiner og stof
Stof 2000	Horsens, Vejle	

De generelle tendenser for udvalgsvarerhandlen viser, at udvalgsvarerhandlen går frem i de mellemstore byer. Årsagen er bl.a. at flere af kæderne har ændret strategi og i højere grad end tidligere også etablerer sig i de mindre og mellemstore byer. Eksempler på mellemstore byer og mindre byer hvor udvalgsvareromsætningen er steget i de senere år er Nyborg, Hjørring, Haslev og Skørping. En analyse fra 2015 af detailhandlen i 10 byer viste, at udvalgsvarerhandlen i Aarhus og Kolding ikke havde erobret markedsandele i perioden 2007/2008-2014. Samtidig har butikker som H&M, Jysk, T. Hansen og Jem & Fix etableret sig i flere mellemstore byer. Fordelene ved at købe udvalgsvarer i de store byer er dermed blevet mindre sammenlignet med de mellemstore byer, der er store nok til at rumme flere af de samme kædebutikker, som de store byer har.

Det vurderes, at kundegrundlaget i Hedensted i kombination med placeringen ved hovedvejen mellem Vejle og Horsens, betyder, at der er potentiale for at tiltrække nye udvalgsvarerbutikskæder til et aflastningsområde ved Vejlevej i den sydvestlige del af Hedensted. Der bor ca. 23.850 borgere i oplandet til et nyt aflastningsområde ved Vejlevej. Årsdøgns trafikken ved Horsensvej/Hovedvejen vest for rundkørslen ved Vejlevej blev i år 2016 målt til ca. 9.750.

3 Eksisterende kommuneplanramme og lokalplan for projektområdet

Arealet, der ønskes udlagt som et aflastningsområde til udvalgswarebutikker, er vist på kortet nedenfor. Arealet udgøres af matrikelnr. 10aa Hedensted By, Hedensted.

Arealet er omfattet af Lokalplan 4 og Lokalplan 1106. Der er i § 3.2 i Lokalplan 1106 fastsat en minimumsbutiksstørrelse på 500 m² og en maksimumsbutiksstørrelse på 1.000 m², dog opretholdes det eksisterende butikslokale på 1.715 som lovligt bestående. I § 3.3. er det desuden fastlagt, at der inden for lokalplanområdet kan etableres butikker med et samlet bruttoetageareal på maksimalt 2.000 m². Arealet er omfattet kommuneplanrammeområde 5.C.05 og kommuneplanrammeområde 5.E.25.

Minimumsbutiksstørrelsen på 500 m² pr. udvalgswarebutik sikrer en klar rollefordeling mellem de mindre udvalgswarebutikker i Hedensted bymidte og de større udvalgswarebutikker ved Vejlevej. Den maksimale butiksstørrelse på 1.000 m² pr. udvalgswarebutik kan med fordel øges, da den ikke understøtter rollefordelingen mellem de to indkøbsområder. Med den nye Planlov er det nu op til kommunerne at fastsætte maksimale butiksstørrelser pr. udvalgswarebutik. Der er derfor i dag ikke en lovbestemt øvre grænse for størrelsen af udvalgswarebutikker i et aflastningsområde.



3.1 Eksisterende centerstruktur ved projektområdet

Arealet er i den nuværende planlægning delvist udlagt som lokalcenter og delvist udlagt som område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Der er med den nuværende planlægning for arealet kun mulighed for at etablere yderligere 500 m² udvalgswarebutikker i lokalcentret. Der kan ikke etableres udvalgswarebutikker i et område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Lokalcentret har en arealramme på 3.000 m². Den maksimale butiksstørrelse pr. dagligvarebutik er fastsat til 1.000 m², og den maksimale butiksstørrelse pr. udvalgswarebutik er fastsat til 2.000 m². Lokalcentret udgøres af to ikke-sammenhængende områder, som har en samlet arealramme på 3.000 m². For den del af lokalcentret, der ligger syd for Vejlevej er der i planlægningen fastsat en arealramme på 1.000 m², og der er mulighed for at etablere en dagligvarebutik på op til 1.000 m². Der er ikke mulighed for at etablere udvalgswarebutikker i den del af lokalcentret, der ligger syd for Vejlevej. Restrummeligheden i lokalcentret er i dag 500 m², og der er dermed mulighed for yderligere 500 m² detailhandel i den del af lokalcentret, der er nord for Vejlevej.

Området til særligt pladskrævende varegrupper langs Vejlevej og Hovedvejen har en arealramme på 8.720 m². Den maksimale butiksstørrelse pr. butik med særligt pladskrævende varegrupper er fastsat til 5.000 m². Der er ikke mulighed for at etablere udvalgswarebutikker i området.



4 Eksisterende center- og butiksstruktur i Hedensted

Centerstrukturen i Hedensted består i dag af Hedensted bymidte, lokalcentret ved Vejlevej, de to områder til særligt pladskrævende varegrupper ved Vejlevej samt området til særligt pladskrævende varegrupper ved Hovedvejen i den nordøstlige del af Hedensted. I Løsning er der et lokalcenter langs Vestergade. Butiksstrukturen på udvalgsvaresiden er overordnet karakteriseret ved at udvalgsvarehandlen med beklædning sker i Hedensted bymidte, mens udvalgsvarehandlen med boligudstyr overvejende sker uden for Hedensted bymidte. Størstedelen af den øvrige udvalgsvarehandel sker også uden for Hedensted bymidte.

Ifølge detailhandelsanalysen fra 2017 er der ca. 41 udvalgsvarebutikker i oplandet til Hedensted, som bl.a. består af Hedensted og Løsning. Heraf ligger ca. 20 udvalgsvarebutikker i Hedensted bymidte, 1 udvalgsvarebutik ligger i Løsning og ca. 20 udvalgsvarebutikker ligger i de øvrige dele af oplandet til Hedensted. Udvalgsvarebutikkerne i Hedensted bymidte har et samlet bruttoetageareal på ca. 5.100 m², mens udvalgsvarebutikkerne i de øvrige dele af oplandet til Hedensted har et samlet bruttoetageareal på ca. 16.400 m². Hertil kommer ca. 16.500 m² butikker med særligt pladskrævende varegrupper, som ligger udenfor Hedensted bymidte. Udvalgsvarebutikkerne i Hedensted bymidte er gennemsnitligt ca. 255 m² mens udvalgsvarebutikkerne udenfor Hedensted bymidte gennemsnitligt er ca. 820 m².



Centerområder

- Aflastningsområder
- Bymidter
- Lokalcentre
- Pladskrævende varegrupper

Udvalgsvareomsætningen i oplandet til Hedensted udgjorde ca. 305 mio. kr. i 2016. Heraf udgjorde beklædningsomsætningen ca. 30 mio. kr. eller ca. 10 % og den øvrige udvalgsvare- og boligudstyrssomsætning udgjorde ca. 275 mio. kr. eller ca. 90 %.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL AF UDVALGSVAREBUTIKKER I HEDENSTED KOMMUNE I ÅR 2017 (m ²)					
	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt	Særligt pladskrævende varegrupper
Hedensted bymidte	1.800	1.000	2.300	5.100	-
Løsning bymidte	-	600	-	600	-
Hedensted i øvrigt	-	9.500	6.900	16.400	16.500
Tørring bymidte	1.800	1.500	800	4.100	1.700
Tørring i øvrigt	800	2.900	700	4.400	4.800
Juelsminde bymidte	1.700	400	900	3.000	-
Hornslyd lokalcenter	-	500	-	500	-
Juelsminde i øvrigt	100	1.800	1.000	2.900	6.700
<i>I alt</i>	<i>6.200</i>	<i>18.200</i>	<i>12.600</i>	<i>37.000</i>	<i>31.800</i>
<i>Detailhandelsanalyse, Hedensted Kommune, 2017</i>					

UDVALGSVAREOMSÆTNINGEN I HEDENSTED KOMMUNE I ÅR 2016 (mio. kr.)			
	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer og boligudstyr	Udvalgsvarer i alt
Hedensted området	31	276	307
Tørring området	29	52	81
Juelsminde området	29	51	80
<i>I alt</i>	<i>89</i>	<i>379</i>	<i>468</i>
<i>Detailhandelsanalyse, Hedensted Kommune, 2017</i>			

ANTAL OG BRUTTOETAGEAREAL AF FORHANDLERE AF SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER		
	Antal	Bruttoetageareal, m ²
Bilforhandlere m. salgslokale	8	9.900
Byggemarkeder inkl. Træløst, byggeart.	6	13.600
Forhandlere af campingvogne	2	4.000
Planteskoler	2	2.200
<i>Hedensted Kommune i alt</i>	<i>18</i>	<i>29.700</i>
<i>Detailhandelsanalyse, Hedensted Kommune, 2017</i>		

5 Redegørelseskrav ved planlægning for nye aflastningsområder

Set i forhold til Planlovens muligheder og krav til planlægningen for forskellige typer af centerområder, er planlægningen for et nyt aflastningsområde den bedst egnede måde at planlægge for nye udvalgswarebutikker på arealet ved Vejlevej.

Planlægningen for en udvidelse af bymidten, så den ville indeholde projektområdet, ville indebære at bymidten skulle strække sig gennem et parcelhusområde. Derfor vurderes planlægningen af en udvidelse af bymidten ikke at være en gangbar løsning.

Der er ikke mulighed for at planlægge for et bydelscenter, da der bor færre end 20.000 indbyggere i Hedensted-Løsning. Der kan kun planlægges for bydelscentre i byer med over 20.000 indbyggere.

Der er ikke mulighed for at planlægge for et nyt lokalcenter eller enkeltstående butikker i området, da de eksisterende og nye butikker i området vil udgøre ét indkøbsområde i funktionel sammenhæng og med dagligvare- og udvalgswarebutikker med et samlet bruttoetageareal på over 3.000 m². Den maksimalt mulige arealramme for et lokalcenter er 3.000 m². En uddybende beskrivelse findes i afsnit 9.

Planlægningen for et nyt aflastningsområde forudsætter en redegørelse. To sæt delvist overlappende krav i Planloven om redegørelse skal være opfyldt: De almindelige krav til redegørelse for kommunens detailhandel skal være opfyldt, ligesom de særlige krav, når aflastningsområder ønskes udvidet, skal være opfyldt.

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

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

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

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

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

I nærværende notat redegøres for det kundegrundlag, som etableringen af nye udvalgswarebutikker i aflastningsområdet baseret på, samt det opland som aflastningsområdet henvender sig til. De øvrige redegørelser for priseffekt, oplandseffekt mv. vil skulle udarbejdes i forbindelse med et egentligt notat for etablering af et nyt aflastningsområde.

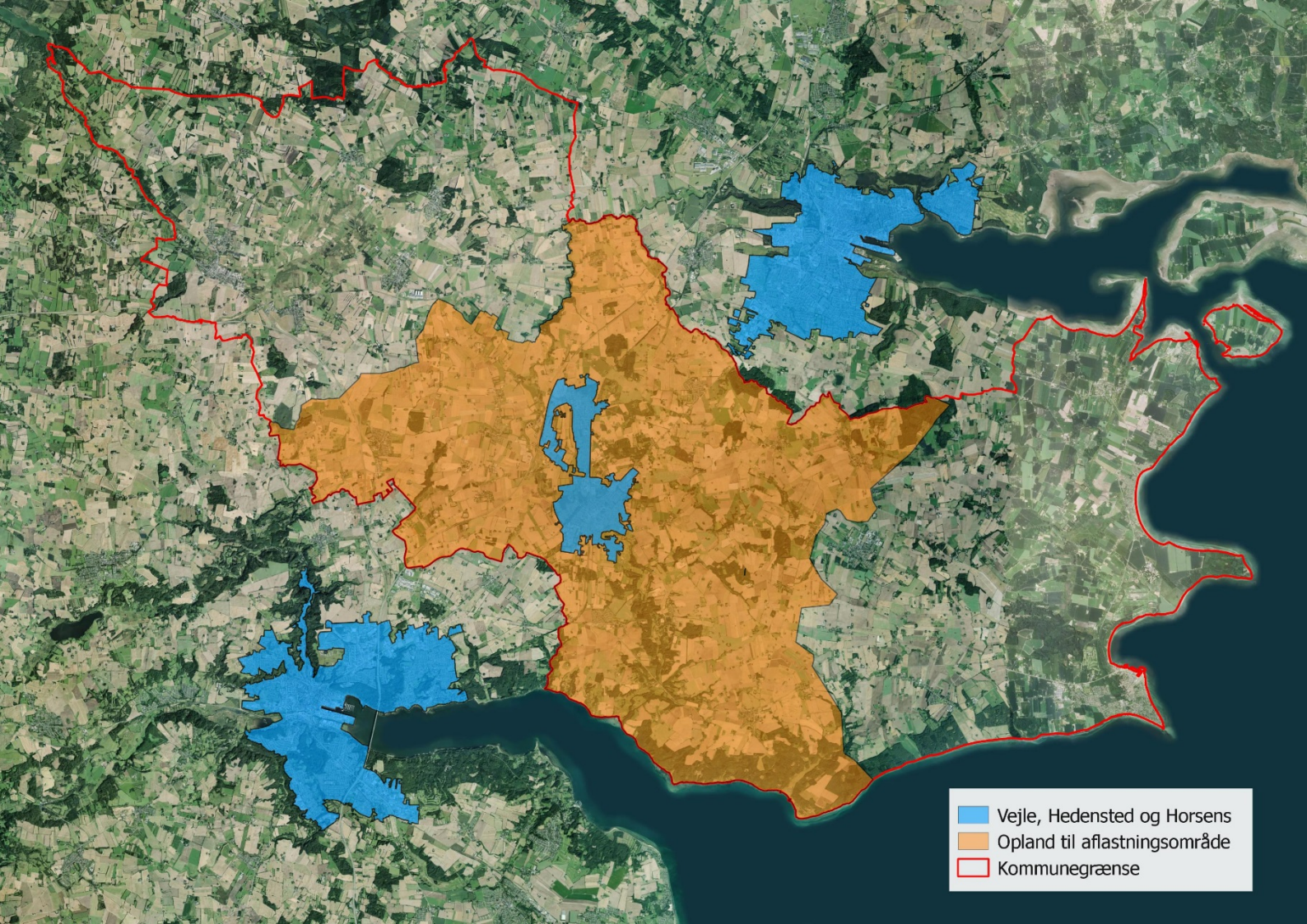
6 Oplandet til et aflastningsområde i Hedensted

Udstrækningen af oplandet til detailhandlen i og ved et nyt aflastningsområde i Hedensted er bestemt af fremkommeligheden til både aflastningsområdet i Hedensted og til konkurrerende indkøbssteder. Oplandet udstrækning er også bestemt af attraktiviteten, herunder butiksudbuddet, af de konkurrerende indkøbssteder set i forhold til attraktiviteten af detailhandlen i og ved aflastningsområdet.

Borgere i store dele af Hedensted Kommune køber i større eller mindre omfang ind i butikkerne i Hedensted. Ud fra den nuværende og forventede fremtidige butikssammensætning i og ved det nye aflastningsområde vurderes det, at oplandet svarer til området angivet med orange på kortet på næste side. Oplandets udstrækning svarer til 'Hedensted-området' i detailhandelsanalysen fra 2017. Oplandet indeholder den forhenværende Hedensted Kommune samt dele af de forhenværende Tørring-Uldum og Juelsminde Kommuner. Borgerne bosiddende i dele af de forhenværende Tørring-Uldum og Juelsminde Kommuner vurderes i dag i højere grad at købe udvalgsvarer i Vejle og Horsens end i Hedensted. En del af borgerne i Hedensted Kommune vælger sandsynligvis også at købe udvalgsvarer i regionens største handelscentre, Aarhus, Herning og Kolding.

De blå områder på kortet er de væsentligste handelsbyer nær Hedensted. Af kortet fremgår bl.a., hvordan oplandet er afgrænset i forhold til oplandene til Vejle og Horsens. Fælles for Vejle, Horsens og Hedensted er, at de alle har et betydeligt og attraktivt udbud af butikker. Oplandet til detailhandlen i og ved aflastningsområdet i Hedensted er således afgrænset mod nord af oplandet til Horsens og mod syd af oplandet til Vejle.

En afgrænsning af oplandet giver mulighed for at beregne forbrugsgrundlaget, forbrugspotentialet og behovet for yderligere areal til detailhandel i henhold til Planloven og Vejledningen om detailhandelsplanlægning. Reelt er forbrugernes købemønstre dog mere komplekse, da forbrugerne handler på tværs af oplandsgrænser. Det betyder, at oplandet i praksis ikke er så skarpt afgrænset som på kortet.



- Vejle, Hedensted og Horsens
- Opland til aflastningsområde
- Kommunegrænse

7 Udviklingen i forbruget og arealbehovet i oplandet

I det følgende redegøres for det kundegrundlag, som etableringen af den nye detailhandel baseres på. Derudover redegøres for udviklingen i forbrugspotentialet, og hvordan det påvirker grundlaget for de nye butikker. Med udgangspunkt i forbrugspotentialerne beregnes behovene for yderligere areal til udvalgsvarerbutikker i oplandet.

Udviklingen i forbruget i oplandet til Hedensted har betydning for detailhandlen. Særligt udviklingen i indbyggertallet, privatforbruget, nethandlen, handelsbalancen og omsætningen pr. m² har betydning for forudsætningerne for den nye detailhandel. Udviklingerne i indbyggertallet, privatforbruget og nethandlen er hver især forbundet med usikkerheder, og der er derfor opstillet et middelscenarie for udviklingen i borgernes udvalgsvarerforbrug i de fysiske butikker.

Scenariet beskriver udviklingen frem mod år 2021, som er ca. to år efter, at den nye detailhandel forventes etableret og i drift, og frem mod år 2029, som er slutåret for kommuneplanen for Hedensted Kommune. Middelscenariet afspejler den mest sandsynlige udvikling i forbrugspotentialet.

Der er i middelscenariet taget udgangspunkt i følgende udviklinger i oplandet for perioden 2016-2029:

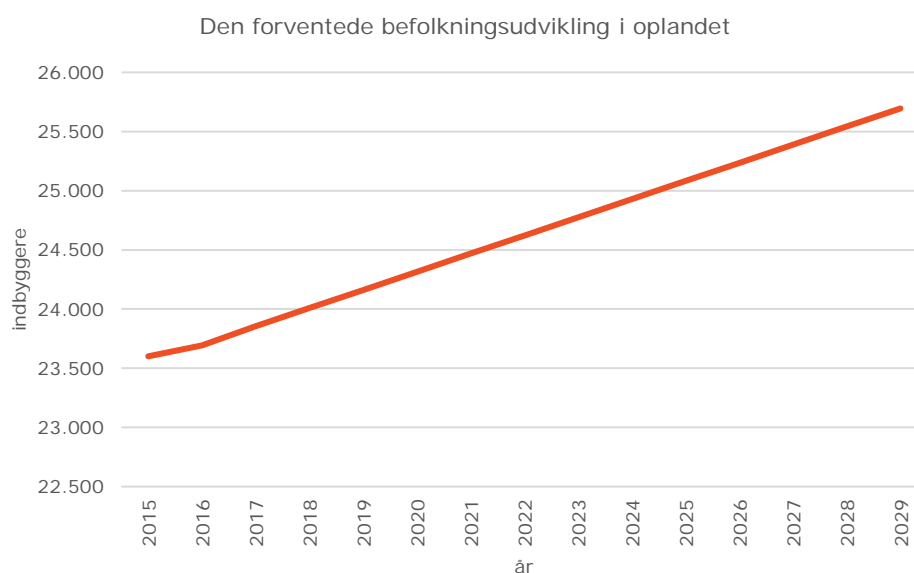
- > En stigning i indbyggertallet på ca. 1.840 borgere jf. Hedensted Kommunes fremsendte materiale om den forventede udvikling.
- > En stigning i privatforbruget på udvalgsvarer pr. indbygger på ca. 3.860 kr. eller 15 % jf. den seneste detailhandelsanalyse.

Blomsterforretning i Hedensted bymidte.



7.1 Stigende indbyggertal i oplandet

Der bor ca. 23.850 borgere i oplandet, og heraf bor ca. 11.800 borgere i Hedensted inkl. Løsning. Ifølge Hedensted Kommunes prognose vil indbyggertallet i oplandet stige med ca. 2,6 % til ca. 24.450 borgere i år 2019 og med ca. 7,8 % til ca. 25.700 borgere i år 2029.



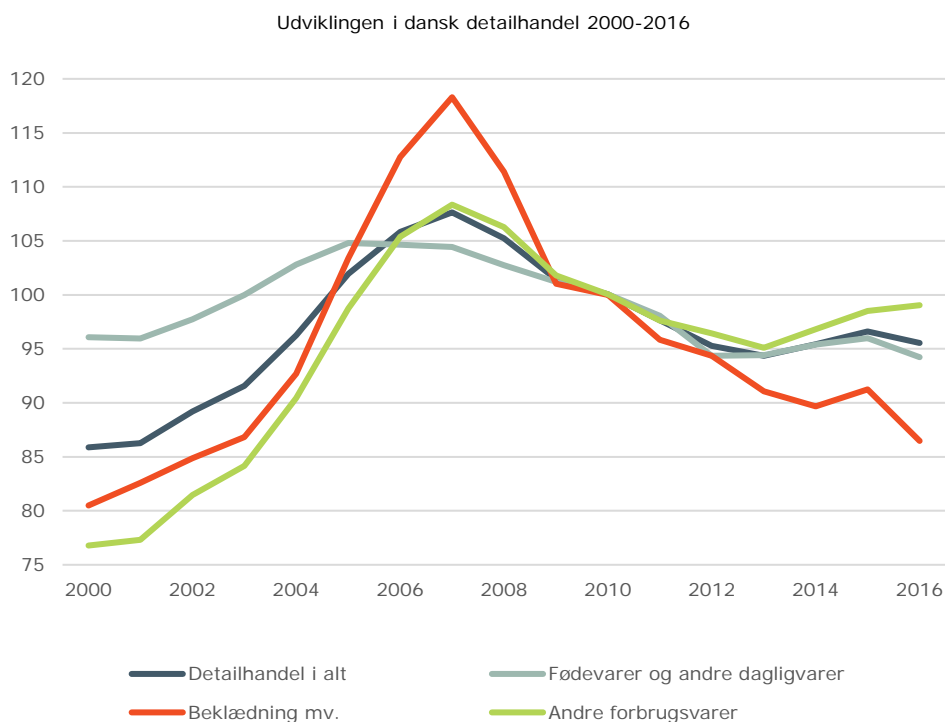
7.2 Stigende privatforbrug

Ændringer i indbyggertallet fører til ændringer i forbruget. Hvor store ændringerne bliver, afhænger af bl.a. udviklingen i privatforbruget.

UDVIKLINGEN I PRIVATFORBRUGET I PERIODEN 2007-2017

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen. Tilbagegangen i perioden 2007-2016 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen i de fysiske butikker på landsplan er faldet med ca. 28 %. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 8 %, og dagligvareomsætningen er faldet med ca. 9 %. Samlet set er omsætningen i detailhandlen faldet med ca. 11 % i perioden 2007-2016.

I de seneste år er tilbagegangen i forbruget bremsset, og der er tendenser til at forbruget igen vokser. Siden 2012 er omsætningen samlet steget med ca. 1,5 %. Fremgangen i perioden 2012-2016 dækker over, at omsætningen inden for dagligvarer og øvrige udvalgsvarer er steget, mens omsætningen inden for beklædning fortsat er faldet. Overordnet set er omsætningen i detailhandlen i Danmark i 2017 tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005.



Figur 2. Det sæsonkorrigeret mængdeindeks viser udviklingen i den danske detailhandel i faste priser, dvs. korrigeret for inflation. Her er der taget udgangspunkt i 2010 som indeks 100.

DEN FREMTIDIGE UDVIKLINGEN I PRIVATFORBRUGET

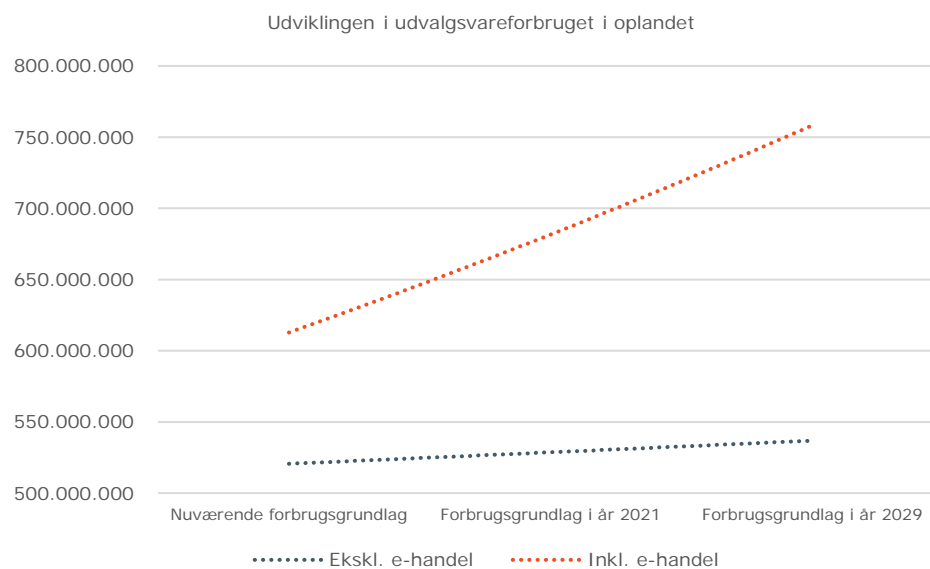
I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. I den første del af perioden må det forventes, at forbrugsvæksten vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvordan de økonomiske konjunkturer udvikler sig.

Der er i middelscenariet taget udgangspunkt i en udvikling i privatforbruget svarende til udviklingen forudsat i den seneste detailhandelsanalyse. Det svarer til, at forbruget stiger moderat i perioden 2016-2029, hvilket i store træk svarer til en lidt større vækst end den svage vækst i forbruget de seneste år. Det forudsættes dermed, at udvalgsvarerforbruget, dvs. forbruget af beklædning og øvrige udvalgsvarer under ét stiger med ca. 15 % i perioden 2016-2029.

7.3 Samlet vurdering af udviklingen i forbruget

Beregningerne viser, at det årlige forbrug af udvalgsvarer i oplandet i perioden 2016-2019 stiger med ca. 50 mio. kr. eller 8 % fra ca. 620 mio. kr. i år 2017 til ca. 670 mio. kr. i år 2021.

Beregningerne viser også, at det årlige forbrug af udvalgsvarer i oplandet i perioden 2016-2029 stiger med ca. 145 mio. kr. eller 24 % fra ca. 620 mio. kr. i år 2017 til ca. 665 mio. kr. i år 2029.



Den forventede udvikling i udvalgsvareforbruget i oplandet til aflastningsområdet frem mod år 2029.
Den nuværende udvalgsvareomsætning i oplandet er ca. 305 mio. kr. pr. år.

Beklædningsbutik i Hedensted bymidte.



8 Behovet for yderligere areal til udvalgswarebutikker

Hvor stort et arealbehov udviklingen i forbruget i oplandet medfører afhænger bl.a. af, hvor stor en andel af forbruget, der lægges i netbutikker, om detailhandlen i oplandet vinder markedsandele og om detailhandlen bliver mere eller mindre effektiv, dvs. om omsætningen pr. m² pr. år ændres.

I middelscenariet er der taget udgangspunkt i følgende udviklinger i oplandet for perioden 2016-2029:

- > En stigning i nethandlens andel af udvalgswareforbruget på ca. 14 %-point fra ca. 16 % til ca. 30 % jf. COWIs vurderinger sammenholdt med data fra brancheorganisationer som DIBS by Nets, FDIH m.fl.
- > En stigning i handelsbalancen for udvalgsvarer fra ca. 59 % til ca. 71 %¹.
- > En konstant arealintensitet, dvs. omsætning pr. m² pr. år, i udvalgswarehandlen.

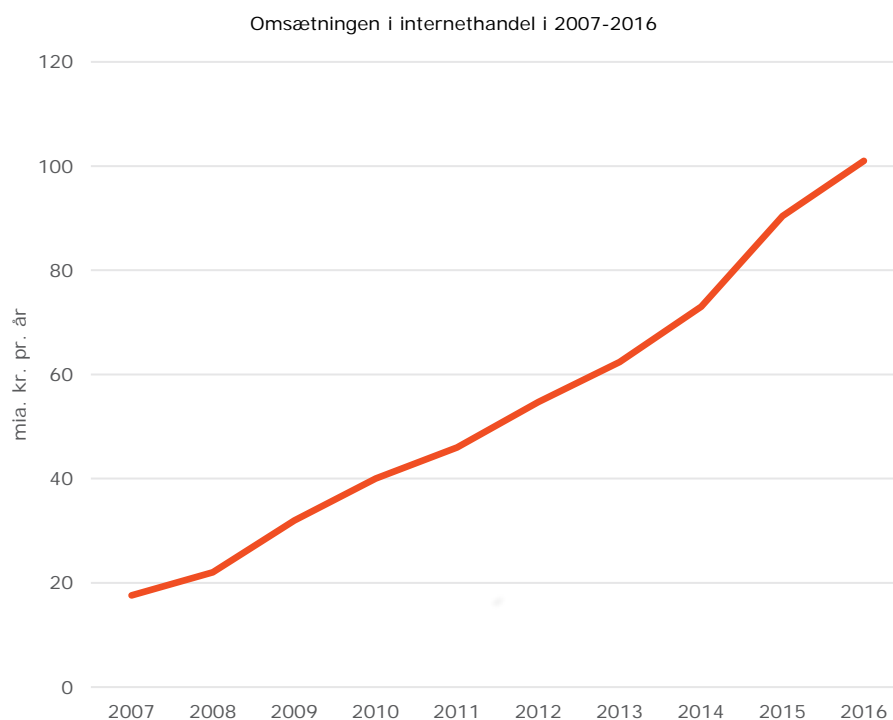
8.1 Moderat stigende e-handelsandel med udvalgsvarer

En stadig stigende andel af danskernes forbrug lægges i webshops, og en mindre andel lægges i fysiske butikker.

DEN HISTORISKE UDVIKLING I E-HANDLEN

Siden 2009 er omsætningen i nethandlen tredoblet. Alene i 2016 steg e-handlen med ca. 16 %. I 2016 rundede e-handlen 100 mia. kr., hvilket er næsten dobbelt så meget som i 2012. Der flyttes dermed fortsat store markedsandele fra de fysiske butikker til nethandel. Nethandlens voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 blev lagt i internetbutikker. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Nethandlen forventes at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen. De seneste tal peger på, at andelen af nethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj købt online.

¹ Medregnes den del af borgernes forbrug, der lægges i netbutikker, så fastholdes dækningsgraden på ca. 50 %.



Figur 3. Nethandlen er vokset med ca. 80 mia. kr. i perioden 2007-2016, hvilket svarer til en femdobling på knap 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

DEN FREMTIDIGE UDVIKLING I E-HANDLEN

I scenariet, der beskriver middelbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen vil vokse moderat. Det forudsættes, at nethandlen vil dække 22 % af beklædningsforbruget i 2029. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det, at nethandlen vil dække 34 % af forbruget. Det svarer til en andel på ca. 30 % for udvalgsvarer under ét.

8.2 Stigninger på handelsbalancen

Handelsbalancen er et udtryk for hvor stor en markedsandel detailhandlen i et givet opland har. Handelsbalancen beregnes ved at dividere omsætningen i detailhandlen i oplandet med forbruget fra borgere bosiddende i oplandet. En dækningsgrad over 100 % udtrykker, at oplandet er overforsynet, mens en dækningsgrad på under 100 % udtrykker, at oplandet er underforsynet.

Handelsbalancen i oplandet til det nye aflastningsområde (inkl. nethandel for udvalgsvarer) er i dag ca. 50 %, hvilket svarer til et underskud på ca. 305 mio. kr. pr. år. Det er værd at bemærke, at omsætningen i Østjysk Våbenhandel indgår i udvalgsvareromsætningen. Østjysk Våbenhandel har reelt et stort regionalt opland. Handelsbalancen for udvalgsvarer er derfor reelt lavere end 50 %.

Et mere realistisk billede af handelsbalancen fås desuden ved at trække nethandlen ud af forbruget. Beregningerne viser da, at handelsbalancen er ca. 59 %.

De eksisterende udvalgswarebutikker i oplandet har en omsætning på knap 14.000 kr. pr. m² pr. år. Ved en tilsvarende omsætning pr. m² pr. år svarer handelsunderskuddet til omsætningen i ca. 22.100 m² udvalgswarebutikker. Handelsunderskuddet er dog ikke et direkte udtryk for behovet for yderligere areal.

På baggrund af konkurrencesituationen i regionen vurderes det ikke realistisk, at handelsbalancen i oplandet stiger til 100 %. En stigning i handelsbalancen på ca. 12 %-point fra ca. 59 % til 71 % i perioden 2016-2029 vurderes realistisk set i lyset af rammebetingelserne og en udbygning med udvalgswarebutikker i et aflastningsområde ved Vejlevej.

8.3 Konstant arealintensitet

Beregningerne af arealbehovet i de to scenarier tager ikke højde for, at en del af den forventede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker. Derved vil omsætningen pr. m² stige i de eksisterende butikker, og en sådan udvikling vil ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat forventes der at være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der vil derfor også være behov for nyt butiksareal på trods af, at der ikke er sket en vækst i omsætningen.

Det er i beregningerne af arealbehovet forudsat, at omsætningen pr. m² pr. år vil være konstant i perioden 2016-2029.

8.4 Samlet vurdering af behov for yderligere areal

Udvalgswarebutikkerne i oplandet har i dag et areal på ca. 22.100 m². Behovet for yderligere areal er beregnet og vurderet til ca. 1.800 m² i år 2019 år ca. 5.500 m² i år 2029. Som nævnt indgår Østjysk Våbenhandel i beregningerne, og arealbehovet er derfor reelt større.

Der er mulighed for også at medregne behovet for yderligere areal til butikker med særligt pladskrævende varer ved fastsættelsen af arealrammen for udvalgsvarer for et nyt aflastningsområde. Det er vanskeligt at vurdere udviklingen i arealbehovet til bilforhandlere, da denne butikstype appellerer til et stort opland og kan variere meget (salg af brugte/nye biler, stort/lille værksted bredt/smalt sortiment mv.). Hvis arealbehovet til butikker med særligt pladskrævende varer udvikler sig svarende til udviklingen i arealbehovet for udvalgswarebutikker, så vurderes det, at der er behov for yderligere ca. 4.000 m² til butikker med særligt pladskrævende varegrupper i oplandet til aflastningsområdet frem mod år 2029.

BEHOVET FOR YDERLIGERE AREAL TIL UDVALGSVAREBUTIKKER I OPLANDET		
	Udvikling, absolut	Udvikling, %
Indbyggertal i oplandet	+1.840 borgere	+7,8 %
Privatforbrug pr. indbygger	+3.860 kr. pr. år	+15 %
Andel af udvalgsvareforbrug til nethandel	+4.800 kr. pr. år	+115 %
Handelsbalance for oplandet	+12 %-point	+21 %
Arealintensitet i udvalgsvarebutikker	uændret	uændret
Behov for yderligere areal	+5.500 m ²	+25 %

9 Forslag til afgrænsning og arealramme for et nyt aflastningsområde

I det følgende beskrives de planjuridiske forhold af betydning for afgrænsningen af aflastningsområdet, og der foreslås en afgrænsning af aflastningsområdet. Dernæst foreslås en arealramme for aflastningsområdet på baggrund af den eksisterende detailhandels bruttoetageareal og behovet for yderligere areal til udvalgsvarebutikker.

KRAV OM AFSTAND FRA LOKALCENTRE TIL ANDRE BUTIKKER ELLER CENTEROMRÅDER

Redegørelseskravene i forbindelse med planlægningen for et nyt lokalcenter er omfattet af Planlovens § 11 e stk. 3. Planlægningen for et nyt lokalcenter er indirekte omfattet af et krav til lokaliseringen, idet arealrammen i et lokalcenter ikke må overstige 3.000 m². Kravet er relevant i forhold til det konkrete projekt, selvom der ikke er tale om planlægningen for et nyt lokalcenter.

Af lovbemærkningerne til Planloven og Vejledningen om detailhandelsplanlægning fremgår, at det ikke er hensigten at der skal kunne etableres enkeltstående butikker i tilknytning til andre butikker eller lokal- eller bydelscentre, således at butikkerne tilsammen fremstår som et butiksområde, som dermed bliver større end det samlede areal for lokalcentre på 3.000 m². Lovbemærkningen og vejledningsteksten skal hindre en samling af butikker til funktionelt sammenhængende indkøbsområder, der har mere end lokal effekt.

Med en planlægning for et nyt aflastningsområde ved Vejlevej er der ikke tale om planlægningen for et nyt lokalcenter. I princippet kan det eksisterende lokalcenters udstrækning indskrænkes, så det fremtidige lokalcenter blot består af den del af det nuværende lokalcenter, som ligger syd for Vejlevej. Der vil da være tale om et lokalcenter med en arealramme på 1.000 m², der udnyttes af Rema 1000.

Da detailhandlen ved Vejlevej af mange forbrugere vil opleves som ét indkøbsområde i funktionel sammenhæng vurderes det at være mere hensigtsmæssigt og bedre i tråd med intentionerne i Planloven og Vejledningen om detailhandelsplanlægning at hele lokalcentret indgår i et fremtidigt aflastningsområde, men at der af hensyn til bylivet i Hedensted bymidte og lokalcentret i Løsning fastsættes bestemmelser, så der ikke gives mulighed for nye dagligvarebutikker i aflastningsområdet ved Vejlevej.

FORSLAG TIL AREALRAMME FOR OG AFGRÆNSNING AF AFLASTNINGSOMRÅDE

Der er i dag ca. 2.500 m² detailhandel i lokalcentret. Heraf ligger ca. 1.500 m² nord for Vejlevej og ca. 1.000 m² syd for Vejlevej. Jem & Fix har et bruttoetageareal på 1.030 m² ifølge BBR. Dermed er der i dag i alt ca. 3.530 m² detailhandel i det område, der foreslås udlagt som aflastningsområde.

Der er frem mod år 2029 et behov for yderligere 5.500 m² udvalgsvarebutikker i oplandet til aflastningsområdet. Det betyder, at der er grundlag for et aflastningsområde med en restrummelighed på 5.500 m² til udvalgsvarebutikker. Hvis aflastningsområdet afgrænses som på kortet på næste side, så kan der fastsættes en arealramme på ca. 9.030 m² for aflastningsområdet. Den eksisterende detailhandel indgår med sit bruttoetageareal i det nye aflastningsområdes

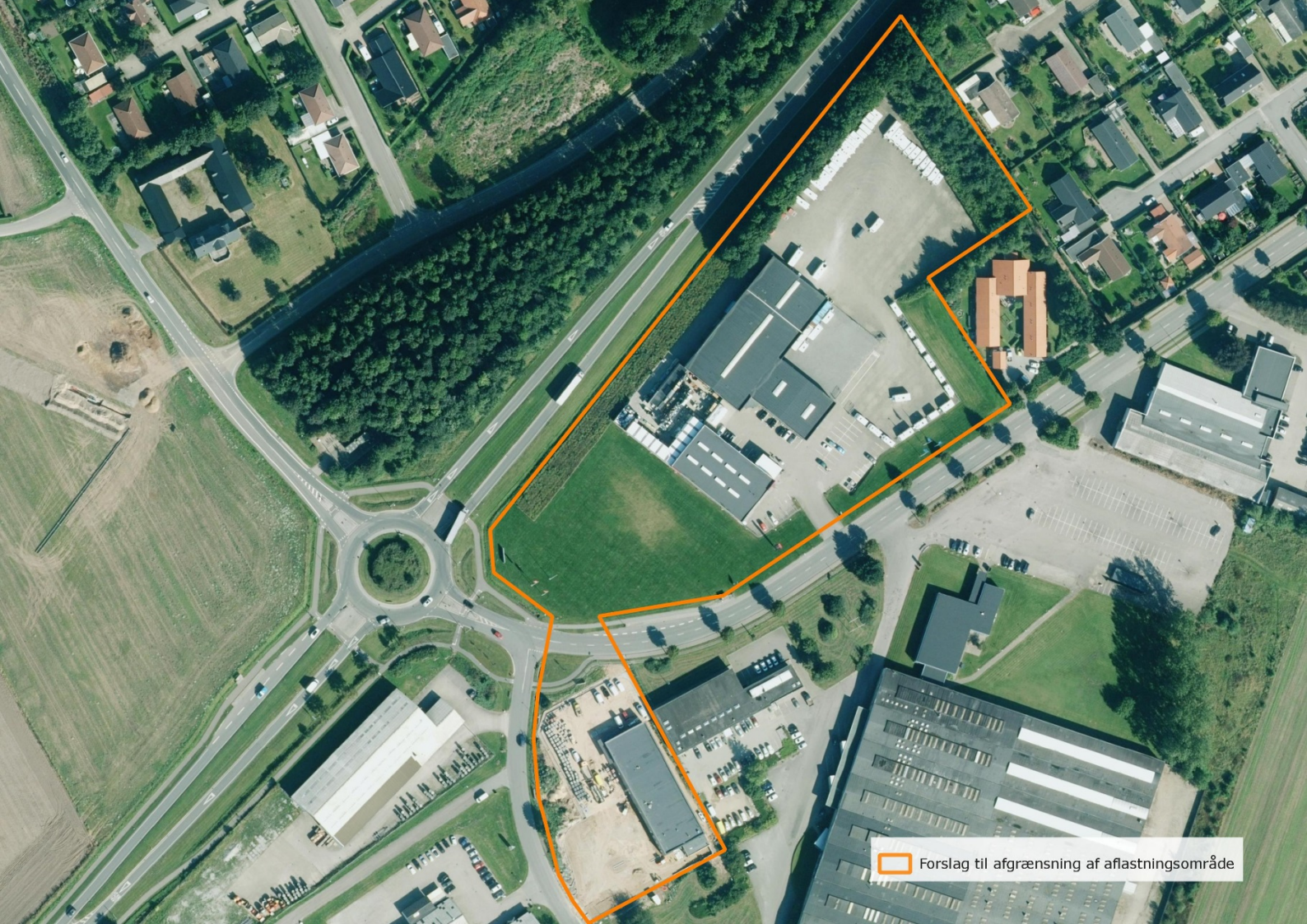
arealramme, som forøges tilsvarende. Den eksisterende detailhandel opbruger således ikke aflastningsområdets rummelighed til ny detailhandel.


Det foreslås, at der fastsættes en separat arealramme til dagligvarebutikker i aflastningsområdet. Arealrammen til dagligvarebutikker foreslås fastsat svarende til arealet af den eksisterende Rema 1000. Rema 1000 ved Vejlevej har ifølge BBR et bruttoetageareal på ca. 1.030 m² inkl. personalefaciliteter. Det kan overvejes, at fastsætte en arealramme for dagligvarer på 1.200 m² for derved at give Rema 1000 mulighed for at udvide deres butik.

Det er ikke muligt at fastsætte separate arealrammer for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper i et aflastningsområde. Det foreslås, at der fastsættes en arealramme til udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper på i alt ca. 8.000 m². Dermed svarer restrummeligheden til det dokumenterede behov for yderligere udvalgsvarebutikker i oplandet.

Med udlægningen af et nyt aflastningsområde med en afgrænsning som vist på kortet på næste side, så vil det eksisterende lokalcenter overgå til aflastningsområde idet centerområder ikke må være overlappende.

FORSLAG TIL RAMMER FOR ET NYT AFLASTNINGSOMRÅDE		
	Dagligvarer	Udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper
Arealramme	9.030 m ²	
	1.030 m ²	8.000 m ²
Maksimumsbutiksstørrelse pr. butik	1.030 m ²	8.000 m ²
Minimumsbutiksstørrelse pr. butik	500 m ²	



 Forslag til afgrænsning af aflastningsområde

10 Ordforklaring

Arealbehov

Det beregnede *arealbehov* er et udtryk for, hvor meget detailhandel, der er behov for i et opland. Behovet for yderligere detailhandel ved nybyggeri eller omdannelse til butiksmål beregnes med udgangspunkt i en vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel set i forhold til den forventede udvikling i indbyggertallet, privatforbruget, turismen, omsætningen pr. m² og handelsbalancen.

Arealramme og restrummelighed

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

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

Centerområde

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

Eksisterende bruttoetageareal

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

Forbrugsgrundlag og forbrugspotentiale

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*. Borgernes fremtidige samlede forbrug på varer betegnes *forbrugspotentialet*. Forbrugsgrundlaget og forbrugspotentialet kan også blot betegnes som forbruget.

Handelsbalance og dækningsgrad

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

Kundegrundlag

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

Opland og influensområde

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

Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning

fra butikker udenfor oplandet. Det totale område som den nye detailhandel henter omsætning fra betegnes som *influensområdet*.

Udvalgsvarer og udvalgswarebutikker

Udvalgsvarer er en fælles betegnelse for varer, som kan anvendes flere gange og gennem en længere periode. Udvalgsvarer er typisk opdelt i "beklædning", dvs. f.eks. tøj og sko og "øvrige udvalgsvarer", dvs. f.eks. legetøj, babyudstyr, elektronik, tv/radio, edb mv., hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. Hvis en butik, har mere end et ubetydeligt salg af udvalgsvarer, så er den at betegne som en udvalgswarebutik. En møbelbutik, der sælger møbler (en særligt pladskrævende varegruppe) og øvrige udvalgsvarer, f.eks. lamper, puder og andet boligtilbehør, er at betegne som en udvalgswarebutik. En butik, der fortrinsvist sælger dagligvarer er at betegne som en dagligvarebutik – uanset om der sker et mere end ubetydeligt salg af udvalgsvarer.

Særligt pladskrævende varegrupper og butikker med særligt pladskrævende varegrupper

I den tidligere Planlov var listen over særligt pladskrævende varegrupper udtømmende. I den gældende Planlov er listen over særligt pladskrævende varegrupper ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold er i § 5 n, 3) i den gældende Planlov defineret som f.eks. motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, møbler, samt ammunition og eksplosiver.

Det fremgår desuden af den nye Vejledning om detailhandelsplanlægning fra 2017, at bestemmelsen ikke omfatter arealudlæg til andre store butikker med mange varer eller butikker, der både forhandler pladskrævende og ikke-pladskrævende varer, som f.eks. dagligvarer, tøj, legetøj, babyudstyr, elektronik, tv/radio, edb mv., hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. I byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med særligt pladskrævende varegrupper.