

HEDENSTED ERHVERV

ANALYSE AF HANDELSLIVET I HEDENSTED OG LØSNING

OKTOBER 2020

ADRESSE COWI A/S
Parallevej 2
2800 Kongens Lyngby

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk



PROJEKTNR.

A102372

DOKUMENTNR.

A102372-001

VERSION

3.0

UDGIVELSESDATO

15.10.2020

BESKRIVELSE

Detailhandelsanalyse

UDARBEJDET

MRRR/FRSR/KRBR

KONTROLLERET

FRSR

GODKENDT

MRRR

INDHOLD

1	Om analysen	3
2	Afrapportering	4
3	Sammenfatning	5
4	Anbefalinger	7
5	Antal forretninger	10
6	Brancher i Hedensted bymidte	16
7	Kædeforhold	18
8	Bruttoetageareal	21
9	Omsætning	25
10	Forbrug og handelsbalance	29
11	Effekter af COVID-19	32
12	Forbrugsgrundlag og arealbehov	37
13	Interviews med handelslivets aktører	46
14	Ordforklaring	48

1 Om analysen

Hedensted Erhverv igangsatte i august 2020 en analyse af handelslivet. Analysen bidrager med viden om detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv i Hedensted og Løsning. Desuden peges på en række udviklingsmuligheder som input til den fysiske planlægning og strategiske udvikling af handelslivet.

Analysens resultater sammenlignes med detailhandelsanalyser fra 2017 og 2008. Dermed kan udviklingen i detailhandlen i Hedensted og Løsning følges over en 12-årig periode.

Analysen omfatter en kortlægning og analyse af detailhandelsbutikker i postnummerområderne 8722 Hedensted og 8723 Løsning samt kundeorienterede serviceerhverv i bymidterne i Hedensted og Løsning.

Mange forretningsdrivende er på tidspunktet for analysens udarbejdelse væsentligt udfordrede af situationen med Coronavirus. Analysen omfatter omsætnings- og forbrugstal for 2019 og forventninger til fremtiden. Det betyder, at analysens resultater ikke udtrykker den aktuelle krise, som store dele af handelslivet er i, men udtrykker situationen inden og den normalisering, som forventes efter krisen.

Planlægningen er med til at sætte rammerne for handelslivets udvikling. Hedensted 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, samt at tilgængeligheden til arealerne for både kunder, detailhandlere og leverandører af varer er god. Analysen skal bidrage som vidensgrundlag for handelslivets øvrige aktører, herunder forretningsdrivende, grundejere og centerforening.

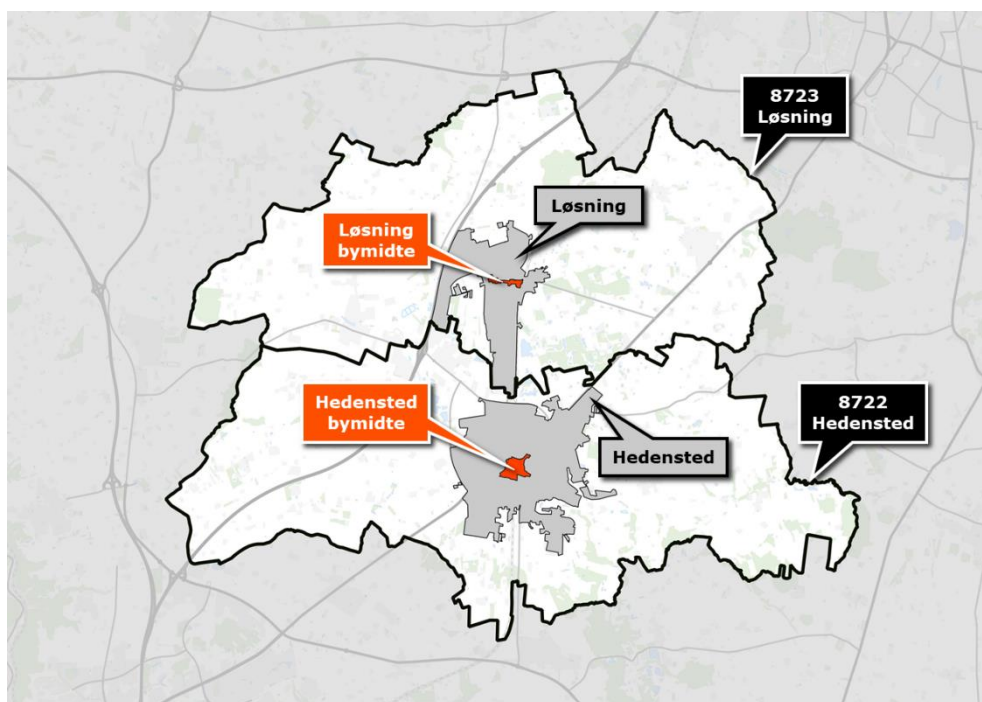
Der skal lyde en tak til alle, der har bidraget undervejs, og en særlig tak til Hedensted Handel og Løsning Borger og Erhvervsforening samt de forretningsdrivende for imødekommenheden under dataindsamlingen.



2 Afrapportering

I afrapporteringen af resultaterne anvendes følgende analyseområder for hhv. Hedensted og Løsning: Postnummerområde, byområde og bymidte, se Figur 1.

Postnummerområdet omfatter hhv. Hedensted og Løsning samt oplandet omkring byen, som indeholder mindre byer og landsbyer. Byområdet er afgrænset med udgangspunkt i Danmarks Statistiks 'byflader', men tilpasset postnummerområderne. Bymidterne er de i Kommuneplan 2017-2029 afgrænsede centerområder.



Figur 1 Anvendte analyseområder.

3 Sammenfatning

I Hedensted og Løsning findes et godt udvalg af detailhandel og service, der dækker hverdagens behov. Samtidig er der et forholdsvist bredt udvalg af mere specialiserede forretninger. Handelslivet er i skarp konkurrence med Vejle og Horsens samt nethandlen, hvilket betyder væsentlige handelsunderskud. Der er behov for fortsatte, målrettede indsatser for at udnytte væksten i kundegrundlaget og fastholde markedsandelen.

ANTAL FORRETNINGER

Der er 52 butikker i Hedensted postnummerområde og 9 butikker i Løsning postnummerområde. Lidt over halvdelen af butikkerne ligger i Hedensted bymidte. Der er dobbelt så mange udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper (SPV) som dagligvarebutikker. Derudover er der 30 og 8 kundeorienterede serviceerhverv i hhv. Hedensted og Løsning bymidte.

BRANCHER

Butikkerne i Hedensted og Løsning postnummerområder fordeler sig på ca. 36 brancher, og de kundeorienterede serviceerhverv fordeler sig på ca. 16 brancher. Det største udbud af forskellige brancher findes i Hedensted bymidte, hvor der er butikker inden for ca. 22 brancher og kundeorienterede serviceerhverv inden for ca. 16 brancher. Tilsammen udgør forretningerne et godt miks, der dækker både hverdagens behov for dagligvarer såvel som mere særlige behov inden for især udvalgsvarer og service. Mange af brancherne er dog kun repræsenteret med én forretning, hvilket gør bymidten sårbar for lukninger.

KÆDEFORHOLD

Godt 45 % af alle butikker i Hedensted og Løsning postnummerområder er inden for et kædesamarbejde, hvilket er under landsgennemsnittet. Kædeandelen er med knap 65 % højst inden for dagligvarer og med kun godt 15 % lavest inden for beklædning. Langt størstedelen af de kundeorienterede serviceerhverv er uden for kædesamarbejde. Den lave kædeandel er både en styrke og en svaghed. Generelt efterspørger forbrugerne kædeforretninger, men de uafhængige forretninger kan bidrage til at Hedensted i højere grad skiller sig ud fra mængden.

BRUTTOETAGEAREAL

Dagligvare- og udvalgsvarebutikkerne i Hedensted og Løsning postnummerområder har et samlet areal på ca. 22.600 m² fordelt med knap 17.900 m² i Hedensted postnummerområde og knap 4.800 m² i Løsning postnummerområde. Derudover optager butikkerne med SPV i de to postnummerområder tilsammen ca. 11.000 m². Bruttoetagearealet i Hedensted bymidte er øget siden 2017, mens bruttoetagearealet i Løsning bymidte er reduceret. Det samlede bruttoetageareal i Hedensted og Løsning by er steget med ca. 6 % siden 2008, hvilket dækker over en større udbygning inden for dagligvarer og et mindre fald inden for udvalgsvarer og butikker med særligt pladskrævende varer (SPV).

OMSÆTNING

Detailhandlen ekskl. bilforhandlere i Hedensted og Løsning postnummerområder omsatte for ca. 620 mio. kr. i 2019 fordelt med knap 440 mio. kr. på dagligvarer, godt 15 mio. kr. på beklædning og godt 165 på udvalgsvarer. De

kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i de to bymidter omsatte for knap 30 mio. kr. i 2019. De fleste detailhandlere forventer højere omsætning i 2021, mens de fleste forretningsdrivende inden for restauration og personlig pleje forventer uændret omsætning.

Omsætningen i detailhandlen i Hedensted og Løsning by under ét er i løbende priser steget med ca. 80 mio. kr. i perioden 2007-2019. Omsætningen er i løbende priser steget markant inden for dagligvarer og faldet markant inden for udvalgsvarer. Tages der højde for prisudviklingen i samme periode, så vurderes der reelt at være tale om et fald i den samlede omsætning. Faldet skyldes et markant fald inden for udvalgsvarer, som kun delvist afbødes af en stigning inden for dagligvarer.

HANDELSBALANCE

Handelsbalancen ekskl. nethandel for Hedensted og Løsning postnummerområder var ca. 90 % i 2019 svarende til et handelsunderskud på godt 70 mio. kr. Det samlede underskud udtrykker et underskud inden for udvalgsvarer på knap 90 mio. kr. og et overskud inden for dagligvarer på godt 15 mio. kr. Underskuddet på handelsbalancen, herunder særligt inden for beklædning, skyldes nærheden til Horsens og Vejle.

4 anbefalinger

Anbefalingerne omhandler den strategiske udvikling af handelserhvervet og retter sig primært mod Hedensted Kommune, handels- og erhvervsforeninger, forretningsdrivende og grundejere.

Planlægningen er med til at sætte rammerne for handelslivets udvikling. Hedensted 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, samt at tilgængeligheden til arealerne for både kunder, detailhandlere og leverandører af varer er god. Hedensted Kommune kan dog ikke styre hele udviklingen med den fysiske planlægning. Følgende anbefalinger retter sig derfor også mod handelslivets øvrige interesser.

KONCENTRÉR KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV I BYMIDTER

De kundeorienterede serviceerhverv har i dag stadig større betydning for attraktiviteten af bymidterne. Planloven fastlægger imidlertid ikke, at de kundeorienterede serviceerhverv skal ligge i udpegede områder som detailhandlen skal. Det anbefales imidlertid, at Hedensted Kommune gennem planlægningen sikrer, at nye kundeorienterede serviceerhverv som udgangspunkt henvises til placeringer i bymidterne, hvor de indgår i synergi og konkurrence med det øvrige handelsliv.

FORTÆT MED BOLIGER I OG VED BYMIDTERNE

En fortætning af Hedensted bymidte med flere boliger vil øge det lokale kundegrundlag. Borgere, der bor i tilknytning til bymidterne, har en større lokalkøbsandel end borgere, der bor længere væk fra butiksubuddet. Boligudbygning i de centrale dele af Hedensted vil derfor i særlig grad bidrage til et større kundegrundlag for handelslivet. Nye boligprojekter kan også være med til at skabe muligheder for etablering af nye og mere tidssvarende lejemål til detailhandel og andre kundeorienterede erhverv ligesom boligudbygningen generelt signalerer investeringer, vækst og udvikling i Hedensted Kommune.

Det er vigtigt, at der som led i et arbejde med fortætning også er fokus på at reservere stueetagen på de mest attraktive placeringer til kundeorienterede erhverv som detailhandel, således at der sikres sammenhæng i handelsmiljøet og et udbud af lokaler på de mest attraktive placeringer.

UNDERSTØT DEN BLANDEDE BYMIDTE

Detailhandel må tænkes sammen med spisesteder og alt inden for skønhed, sundhed, wellness og kulturoplevelser, som tilsammen skaber det attraktive miks af udbud i en bymidte, der appellerer til borgere fra hele kommunen. Udviklingen i de senere år har været, at spisesteder, fitness og andet inden for sundhed og skønhed er i vækst. Bymidterne bliver mere blandede og udviklingen kan hjælpes på vej. Eksempelvis er de gode placeringer og det attraktive miljø for spisesteder ikke de samme som for butikker.

Offentlige funktioner bidrager også til bylivet og kan med fordel orientere sig mod byen og byrummene. Fælles mødelokaler eller madordning hos byens spisesteder kan være muligheder. Samarbejde mellem uddannelsesinstitutioner og handelserhvervet kan også skabe synergi.

STYRK BYMIDTERNE MED OPHOLDSKVALITETER

Bymidterne skal udover det rette miks af butikker, spisesteder mv. kunne tilbyde et attraktivt miljø med mulighed for at nyde bylivet eller være aktiv i byens rum. Eksempelvis er legepladser en vigtig del af den attraktive bymidte. I takt med at nethandlen vinder markedsandele stiger betydningen af et hyggeligt, attraktivt og levende bymiljø, hvor shopping kan kombineres med andre oplevelser og aktiviteter. For Hedensted bymidte kan udviklingen betyde, at forretningsmikset forskydes mod en større andel af spisesteder, og at der skal tilbydes mere permanente oplevelsestilbud som f.eks. kulturhus, skaterbane eller legeland som supplement til de midlertidige arrangementer. For Hedensted bymidte kan det betyde aktivering af Brdr. Michaelsens Torv til loppemarked, markeds- og torvedage én gang om måneden i sommerhalvåret samt julemarked på udvalgte dage i december.

Samtidig med at opholdsmulighederne og forholdene for fodgængere forbedres, er det vigtigt, fortsat at have fokus på adgangs- og parkeringsforhold for kunderne i bil. Personbilen er det mest anvendte transportmiddel og bilejerskabet i Danmark er stigende, ligesom antallet af husstande, der råder over to biler, er stigende. Lettilgængelig og tilstrækkelig parkering – både for bilister, gående, cyklende og rejsende med kollektiv transport – er ligesom attraktive opholdsmuligheder et konkurrenceparameter for Hedensted bymidte overfor andre konkurrerende centre.

AFVEJNING INDEN PLANLÆGNING FOR DETAILHANDEL UDEN FOR BYMIDTEN

Der er behov for en nøje afvejning inden der træffes beslutning om planlægning for ny detailhandel uden for bymidterne. Ny detailhandel kan på den ene side øge den samlede omsætning og forbedre indkøbsmulighederne lokalt, men kan på den anden side få konsekvenser for handels- og bylivet i bymidterne. En konsekvensvurdering kan indgå i den politiske afvejning af fordele og ulemper.

TILTRÆK KÆDEBUTIKKER

Byernes attraktion som handelsbyer er i stigende grad bestemt af tilstedeværelsen af især kapitalkæder. Kapitalkædernes stigende betydning skyldes, at de generelt er gode til at tiltrække og appellere til forbrugerne på baggrund af sortiment, butiksinretning, størrelse, markedsføring mv. og at de ofte er mere strømlinede og hurtigere til at opfange nye forbrugertendenser end andre butikker. Kapitalkædebutikker har desuden generelt større investeringsevne end selvstændige erhvervsdrivende.

En styrket indsats for at tiltrække kædebutikker kan ske som et samarbejde mellem Hedensted Erhverv, Hedensted Handel, butikskæder, grundejere og lokale erhvervsrådgivere. Det afgørende er, at relevante placeringer løbende synliggøres over for kæderne, og at der skabes tillid til, at Hedensted er en velfungerende handelsby.

ØG ONLINE TILSTÆDEVÆRELSE

Nethandlen er den største trussel mod detailhandlen, som vi kender den, men den er også en stor mulighed. Det er vigtigt at forberede detailhandlen, især når der i Hedensted og Løsning postnummerområder bymidte er mange mindre og selvstændige butikker. Mange har udnyttet de nye muligheder, og der er således registeret forholdsvist mange netbutikker og showrooms i Hedensted og Løsning

postnummerområder. Fysiske butikker med egen netbutik står stærkere i konkurrencen, og i fremtiden bliver nethandel en endnu vigtigere salgskanal. Der kan være et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen netbutik sammen med deres butik eller udnytte eksisterende online salgsplatforme. Udviklingen af butikkernes netbutikker er et muligt indsatsområde for at styrke detailhandlen i Hedensted Kommune. Butikker, der er aktive på sociale medier, står også stærkere i konkurrencen. Sociale medier kan benyttes til at nå ud til en større og bredere kundekreds og til at interagere med kunderne. Vedvarende brug af sociale medier kan også bidrage til at opbygge en mere loyal kundekreds.

SAMARBEJD PÅ TVÆRS AF EJENDOMSSKEL

Det spredte ejerskab i Hedensted bymidte betyder, at Hedensted Handel ikke har samme beslutningskompetence som f.eks. en administrator af et butikscenter med én ejer, som kan diktere åbningstider og arbejde mere målrettet med optimering af butiksmiks, placeringer mv. Det spredte ejerskab kan være en ulempe ifm. aktivering af tomme lokaler og fastsættelse af lejeniveau, beslutninger om markedsføring, vedligehold og større investeringer mv. Det betyder også, at der er behov for, at Hedensted Kommune er en tæt partner – også økonomisk og ift. fysisk forskønnelse og andre tiltag, der understøtter handelslivet.

For et tættere partnerskab mellem ejendommejere og kommune kan der hentes inspiration i de såkaldte business improvement districts (BIDs). I et BID indgår ejendommejere eller forretningsdrivende i et økonomisk forpligtigende samarbejde om udvikling af et handelsområde. Formålet kan spænde fra øget vedligehold og fysisk forskønnelse til at pulje ejendomme i ét selskab.



5 Antal forretninger

Der er 52 og 9 butikker i hhv. Hedensted og Løsning postnummerområde. Der er dobbelt så mange udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varer (SPV) som dagligvarebutikker. Derudover er der 30 og 8 kundeorienterede serviceerhverv i hhv. Hedensted og Løsning bymidte.

ANVENDT METODE OG DEFINITION

Forretningerne er kortlagt ved besigtigelse i september 2020. Besigtigelserne er suppleret med oplysninger fra COWIs register.

Se ordforklaringen sidst i rapporten for en definition af hovedbrancherne.

5.1 Antal butikker

Der er 61 butikker i de to postnummerområder, heraf ligger 52 butikker i Hedensted postnummerområde og 9 i Løsning postnummerområde.

De 61 butikker fordeler sig med 20 dagligvarebutikker, 6 beklædningsbutikker, 23 øvrige udvalgsvarebutikker og 12 butikker med SPV.

ANTAL BUTIKKER, 2020						
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt*	SPV	I alt**
Hedensted bymidte	12	6	14	20	-	32
Hedensted by i øvrigt	2	-	5	5	10	17
8722 Hedensted i øvrigt	-	-	1	1	2	3
<i>8722 Hedensted i alt</i>	<i>14</i>	<i>6</i>	<i>20</i>	<i>26</i>	<i>12</i>	<i>52</i>
Løsning bymidte	4	-	1	1	-	5
Løsning by i øvrigt	1	-	1	1	-	2
8722 Løsning i øvrigt	1	-	1	1	-	2
<i>8723 Løsning i alt</i>	<i>6</i>	<i>-</i>	<i>3</i>	<i>3</i>	<i>-</i>	<i>9</i>
<i>I alt</i>	<i>20</i>	<i>6</i>	<i>23</i>	<i>29</i>	<i>12</i>	<i>61</i>
*Ekskl. SPV. **Inkl. SPV.						

5.1.1 Antal butikker i Hedensted

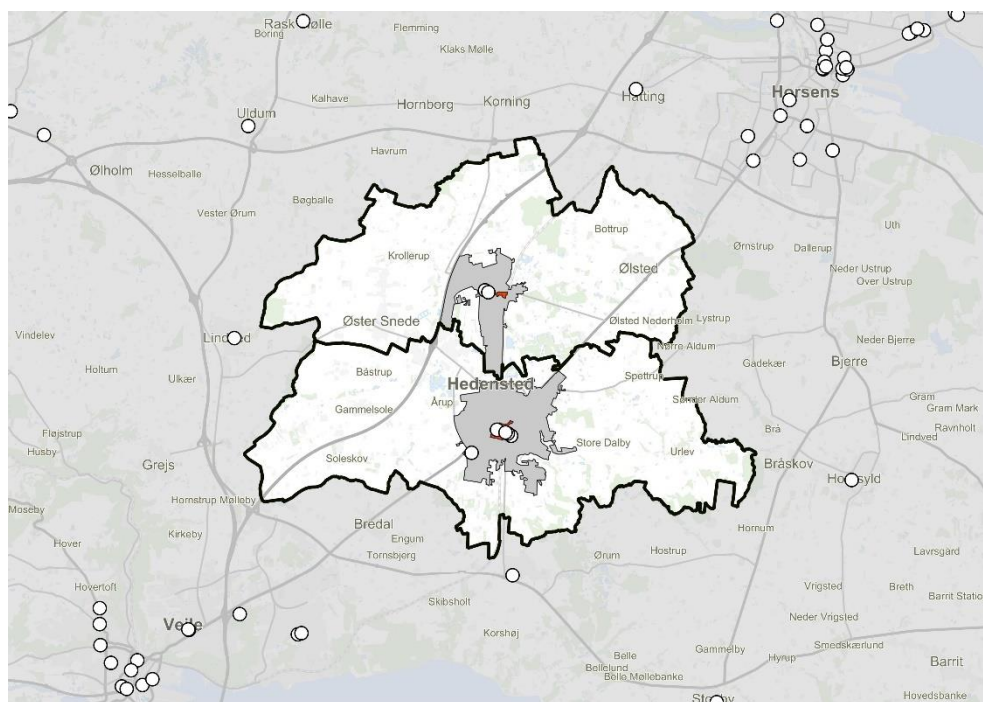
I Hedensted postnummerområde er der 14 dagligvarebutikker, 6 beklædningsbutikker, 20 øvrige udvalgsvarebutikker og 12 butikker med SPV.

Dagligvarebutikkerne udgøres af 5 store dagligvarebutikker og 9 mindre dagligvarebutikker. De store dagligvarebutikker er SuperBrugsen, LIDL, Fakta og Spar i bymidten samt Rema 1000 i lokalcentret ved Vejlevej. De mindre

dagligvarebutikker udgøres bl.a. af apotek, blomsterbutik, bager og slagter. Alle dagligvarebutikkerne på nær en tankstationskiosk ligger i bymidten.

DEFINITION

Store dagligvarebutikker er i denne sammenhæng discountbutikker og supermarkeder. Store dagligvarebutikker omfatter ikke bagere, blomsterhandlere, kiosker, apoteker og andre mindre butikker dagligvarebutikker.



Figur 2 Store dagligvarebutikker (hvide punkter).

Udvalgsvarebutikkerne udgøres af bl.a. Sportigan, Imerco, HPK Hvidevarer i bymidten samt JYSK ved Vejlevej i den sydvestlige del af byen. 20 af udvalgsvarebutikkerne ligger i Hedensted bymidte, mens kun 6 ligger uden for bymidten. Butikkerne med SPV udgøres af bl.a. jem & fix, STARK, Østjysk Våbenhandel og Hedensted Caravan. Alle butikker med SPV ligger uden for bymidten. 9 af butikker med SPV er forhandlere af motorkøretøjer.

Andelen af udvalgsvarebutikker i Hedensted er højere end andelen af dagligvarebutikker, hvilket især skyldes udbuddet i Hedensted bymidte, hvor der findes mange mindre udvalgsvarebutikker. Udvalgsvarebutikkerne i Hedensted betjener også et opland omkring Hedensted.

5.1.2 Antal butikker i Løsning

I Løsning postnummerområde er der 6 dagligvarebutikker og 3 øvrige udvalgsvarebutik.

Dagligvarebutikkerne udgøres af SuperBrugsen og Netto samt af to kiosker, en bager og en vinhandel. De øvrige udvalgsvarebutikker er et pejsecenter, en genbrugsbutik og møbelbutikken Interiør.

Fordelingen med flere dagligvarebutikker og kun få udvalgswarebutikker i Løsning afspejler, at detailhandlen i Løsning er lokalt orienteret.

5.2 Udvikling i antal butikker

Antallet af butikker inkl. butikker med SPV i Hedensted og Løsning bymidter er samlet set uændret i perioden 2017-2020. Det samlet set uændrede antal butikker dækker dog over, at der er blevet tre butikker mere i Hedensted bymidte, mens der er blevet en butik mindre i Løsning bymidte. Det svarer til en stigning på ca. 10 % i Hedensted bymidte og et fald på ca. 15 % i Løsning bymidte.

Stigningen på 4 yderligere butikker med øvrige udvalgsvarer og 3 yderligere dagligvarebutikker mere end opvejer faldet på 4 færre beklædningsbutikker i Hedensted.

I Løsning er der i dag én dagligvarebutik mindre og den sidste udvalgswarebutik i bymidten er fortsat åben. Dog ligger der en dagligvarebutik og en øvrig udvalgswarebutik lige på kanten af bymidten.

Ses på Hedensted og Løsning byer under ét, så er der samlet set 3 flere butikker i 2020 end i 2008. Stigningen på de 3 butikker udtrykker en stigning i antallet af butikker med SPV og 2 yderligere dagligvarebutikker, der mere end opvejer et fald inden for udvalgsvarer.

UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER, 2017-2020						
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt*	SPV	I alt**
Hedensted bymidte	+3	-4	+4	uændret	-	+3
Løsning bymidte	-1	-	-	uændret	-	-1
UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER, 2008-2020						
Hedensted og Løsning	+2	-4	uændret	-4	+5	+3
*Ekskl. SPV. **Inkl. SPV.						

5.3 Antal kundeorienterede serviceerhverv

Der er i alt 38 kundeorienterede serviceerhverv i Hedensted og Løsning bymidter. De 38 forretninger fordeler sig med 10 forretninger inden for restauration, 13 forretninger inden for personlig pleje, 6 forretninger inden for bank- og ejendomsmæglerbranchen og 9 andre forretninger. Der er således en forholdsvis jævn fordeling mellem de forskellige hovedbrancher, men flest forretninger inden for personlig pleje.

I de fleste bymidter er restauranter, caféer og lignende samt frisører, saloner og lignende de dominerede typer serviceerhverv. Det er også tilfældet i Hedensted og Løsning. Til sammenligning er der i kystbyerne med megen turisme typisk en overvægt af forretningerne inden for restauration, og i de større byer findes et udbud af hoteller og overnatningssteder, samt forretninger og institutioner inden for kultur og fritid.

ANVENDT METODE

I forbindelse med besigtigelsen i september 2020 blev kundeorienterede serviceerhverv i Hedensted og Løsning bymidte kortlagt.

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

Kundeorienterede serviceerhverv, der indgår i analysen er:

- > Restauration: Pizzeria, café, bar, sushi-restaurant mv.
- > Personlig pleje: Frisør, neglesalon, solcenter mv.
- > Kultur og fritid: Biograf, bibliotek, museum mv.
- > Hotel og lignende: Hotel, vandrehjem, feriecenter mv.
- > Bank og ejendomsmægler
- > Andet, herunder sundhed: Læger, tandlæger, sundhedshus mv.

Eksempler på funktioner, der ikke indgår i analysen:

- > Sportsklubber, private foreninger mv.
- > Offentlige institutioner som børnehaver, skoler, rådhus mv.
- > Liberale erhverv som rådgivende ingeniører, advokater mv.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV I HEDENSTED OG LØSNING BYMIDTE, 2020			
Hovedbranche	Hedensted bymidte	Løsning bymidte	I alt
Restauration	6	4	10
Personlig pleje	10	3	13
Bank og ejendomsmægler	6	-	6
Hotel og lignende	-	-	-
Kultur og fritid	-	-	-
Andet, herunder sundhed	8	1	9
<i>I alt</i>	<i>30</i>	<i>8</i>	<i>38</i>

5.4 Udvikling i antal kundeorienterede serviceerhverv

I 2017 blev der kortlagt i alt 35 kundeorienterede serviceerhverv i Hedensted, mens der blev kortlagt 30 i efteråret 2020. Antallet er således faldet med ca. 14 %.

Det er ikke muligt at følge udviklingen over tid inden i Løsning bymidte, da de kundeorienterede serviceerhverv ikke tidligere er registreret i Løsning bymidte.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV I HEDENSTED OG LØSNING BYMIDTE, 2017-2020	
Hovedbranche	Hedensted bymidte
Restauration	uændret
Personlig pleje	-2
Bank og ejendomsmægler	-3
Kultur og fritid	-1
Andet, herunder sundhed	+1
<i>I alt</i>	-5

5.4.1 Generel udvikling i antal kundeorienterede serviceerhverv

Serviceerhverv som spisesteder, frisører og klinikker spiller en stigende rolle for bylivet, og 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 antallet af butikker generelt er faldet, så har der været vækst i andre brancher. Madvarerne er f.eks. under forandring, og flere spiser i dag ude eller tager færdigmad med hjem. Det har medført flere spisesteder. På samme måde er der i dag flere, der motionerer og prioriterer sundhed, skønhed og velvære. Det har medført flere fitnesscentre, saloner og lignende inden for personlig pleje.

Restaurationsbranchen har gennem en årrække haft markant vækst inden for alt fra klassiske restauranter til caféer, barer, take-away steder, cateringfirmaer og mobile madenheder. Ifølge en tidligere opgørelse fra Horesta steg antallet af 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 lille stigning 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. Den mindre opbremsning i 2018, er som følge af Coronakrisen blevet til en egentlig tilbagegang. Udviklingen i de kommende år vil i høj grad afhænge af udviklingen med Corona. Det forventes, at spisestederne på længere sigt, i takt med en normalisering, vil fylde stadig mere i gadebilledet end tidligere og bidrage mere til bylivet. Det kan formentlig forventes, at især konceptrestauranterne kommer til at fylde mere i bybilledet fremover.

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 i Danmark er ifølge Facilitetsdatabasen.dk steget uafbrudt og næsten fordoblet til over 800 kommercielle centre i perioden 2010-2018. Siden 2018 er antallet af centre steget yderligere. Således steg antallet af kommercielle centre fra godt 800 til ca. 940 i perioden 2018 til april 2020. I samme

perioden steg antallet af foreningsejede, selvejende og kommunale centre med i alt knap 15 centre.

I Hedensted Kommune er der 15 fitnesscentre. Fitnesscentre er blot ét eksempel. Der er vækst over et bredt felt af forretninger, som baserer sig på kroppens sundhed, skønhed og velvære. Speciallæger, fysioterapeuter, kiropraktikere, alternative behandlere, terapeuter, frisører, skønhedsklinikker, tatovører mv. er andre eksempler. De ændrede vaner og efterspørgselsmønstre viser sig ikke kun som nye virksomheder. De senere år er motion flyttet ud i byerne og naturen, og aktive motionister fylder i dag mere i gadebilledet.



6 Brancher i Hedensted bymidte

I Hedensted bymidte findes et bredt udbud af forretninger inden for i alt ca. 38 brancher. Det brede udbud inden for detailhandel og service er afgørende for bymidtens attraktivitet. Godt 40 % af brancherne i bymidten er dog kun repræsenteret med én forretning, hvilket gør bymidtens bredde sårbar overfor lukninger.

Hedensted bymidte er med størstedelen af forretningerne og omsætningen i Hedensted og Løsning postnummerområder det primære indkøbssted i Hedensted Kommune, og med 32 butikker fordelt på ca. 22 brancher er der et bredt butiksudbud. Butikkerne udgør et godt miks, der dækker både hverdagens behov for dagligvarer såvel som mere særlige behov inden for især udvalgsvarer.

I bymidten findes udover butikkerne 30 kundeorienterede serviceerhverv fordelt på ca. 16 brancher, som også er vigtige dele af det kommercielle byliv. Serviceerhvervene består af funktioner som banker og læger, der har karakter af gøremål, men som sikrer en kundestrøm og er vigtige for udbuddets bredde, samt funktioner, der i højere grad fungerer på samme vilkår som detailhandlen, herunder frisører, saloner mv. inden for personlig pleje samt restauranter, caféer mv. Forretningerne inden for personlig pleje og restauration er med til at forlænge kundernes ophold i bymidten og bidrager til byliv på andre tidspunkter af døgnet end detailhandlen gør. Derved indgår de godt 60 forretninger i indbyrdes synergi og konkurrence.

Mange brancher i Hedensted er kun repræsenteret med én forretning. Det lave antal forretninger pr. branche og den høje andel af uafhængige forretninger gør Hedensted sårbar over for generationsskifte og ændringer i rammebetingelserne. Kun ganske få forretningslukninger vil kunne medføre, at bymidten mister det brede og forholdsvist dækkende udbud, der findes i dag. For også på længere sigt at fastholde bymidtens relevans som indkøbssted for udvalgsvarer er det derfor afgørende, at der opretholdes et udbud af forretninger inden for flest mulige brancher.

Ikke alle brancher kan indpasses i en bymidte. Det gælder f.eks. byggemarkeder og bilforhandlere. Uden for Hedensted bymidte findes yderligere brancher som bidrager til det samlede udbud. De 61 butikker i Hedensted og Løsning postnummerområder fordeler sig således samlet set på ca. 36 brancher, og de 38 kundeorienterede serviceerhverv fordeler sig på ca. 16 brancher.

6.1 Manglende brancher

Eksempler på manglende brancher er plantecenter, elektronikbutik, helsebutik m.fl. Varegrupperne i de manglende brancher sælges i flere tilfælde fra de eksisterende butikker i Hedensted og Løsning postnummerområder, men en butik inden for den egentlige branche vil kunne føre et større varesortiment og tilbyde mere specialiseret service end f.eks. et byggemarked, der også sælger planter eller en forhandler af hårde hvidevarer, der kun sælger nogle typer elektronik. Kundegrundlaget taget i betragtning bør der være grundlag for et bredere udbud med flere brancher. Udfordringen er imidlertid især nærheden til Vejle og Horsens, som i højere grad matcher kædernes lokaliseringssønsker.

Der er tidligere udarbejdet en analyse om fordele og ulemper ved planlægning for et aflastningsområde. Analysen indeholder en liste over manglende kædebutikker og disses tilstedeværelse i Vejle og Horsens.



7 Kædeforhold

Godt 45 % af alle butikker i Hedensted og Løsning postnummerområder er inden for et kædesamarbejde, hvilket er under landsgennemsnittet. Kædeandelen er med 60 % højst inden for dagligvarer og med godt 15 % lavest inden for beklædning. Langt størstedelen af de kundeorienterede serviceerhverv er uden for kædesamarbejde.

Mens andelen af nærbutikker og mindre specialbutikker som slagtere, bagere, boghandlere, isenkræmmere og lignende udenfor kædesamarbejde på landsplan fortsat er faldende, så er andelen af store butikker inden for et kædesamarbejde fortsat stigende.

Antallet af forretninger med tilknytning til kapitalkæder er normalt udtryk for forretningsbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Kædeforretningerne tiltrækker normalt kunder fra et større opland end de uafhængige forretninger. Andelen af kapitalforretninger kan også ses som udtryk for, i hvilket omfang en by er mål for udefrakommende investeringer fra centralt styrede kæder.

Samtidig er det også vigtigt for en handelsby, at de centralt styrede og forholdsvis ensartede kapitalkædeforretninger suppleres af forretninger i frivillige kæder og uden for kædesamarbejde, som bidrager til variation og specialisering i forretningsudbuddet, bidrager til uventede oplevelser og giver handelsbyen identitet. Mens kapitalkæderne typisk er mere strømlinede, er de selvstændige forretninger ofte bedre til at tilpasse forretningen til lokale forhold.

DEFINITION

Kædebutikker er her defineret som butikker, der er del af kapitalkæder, frivillige kæder og franchisekæder og med mindst fire butikker.

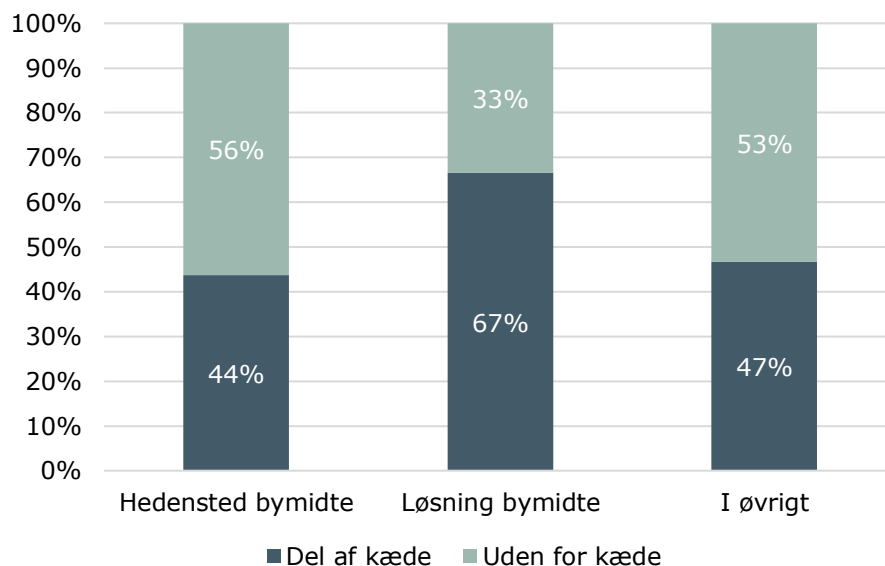
- > Kapitalkæder: Flere forretninger ejes af samme person eller selskab.
- > Frivillige kæder: En række forretningsdrivende fra samme branche har et organiseret samarbejde om fælles indkøb eller markedsføring.
- > Franchisekæder: En franchisegiver stiller et fuldt butikskoncept til rådighed for en franchisetager mod royalties. Franchisegiver udstikker retningslinjer for indkøb, markedsføring, butiksendretning m.m., mens franchisetager varetager driften.

7.1 Kædeforhold i detailhandel

Andelen af kædebutikker i Hedensted og Løsning postdistrikter under ét er 46 %. Kædeandelen i Hedensted bymidte er 44 %, hvilket er lavt sammenlignet med landsgennemsnittet, men ikke unormalt for bymidter i byer på samme størrelse som Hedensted. Kædeandelen er højst i Løsning bymidte, hvor kædeandelen dog påvirkes af, at der kun er 5 butikker, hvoraf SuperBrugsen og Netto udgør de to.

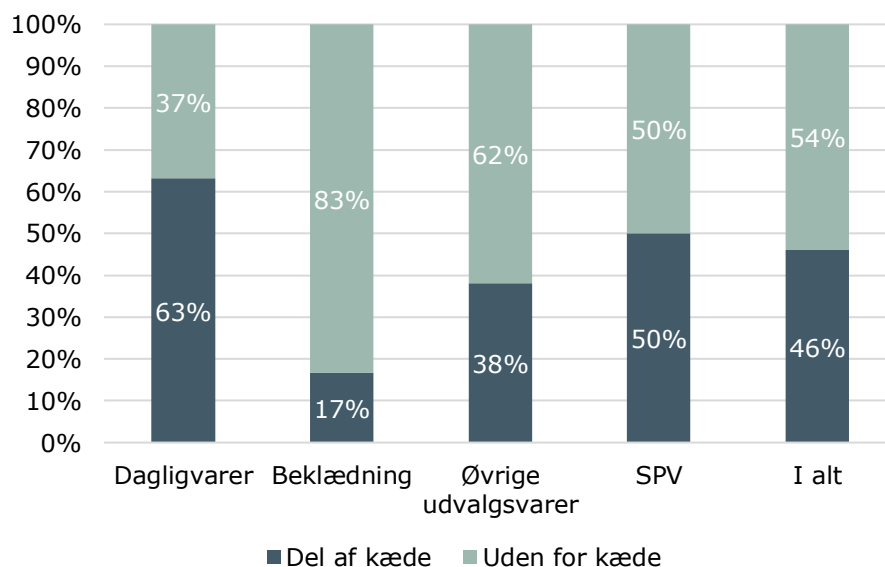
Overvægten af butikker uden for kædesamarbejde i Hedensted bymidte betyder, at bymidten skiller sig ud fra mængden, men betyder samtidig, at butikkerne

ikke i samme grad appellerer til den brede forbrugerskare. Den forholdsvist lave kædeandel er derfor både en styrke og en svaghed. Kundegrundlaget i Hedensted Kommune er stort, men de korte afstande til større udbudspunkter og den manglende synlighed fra det overordnede vejnet vurderes at medføre, at Hedensted bymidte kun matcher en del af kædernes etableringskrav.



Figur 3 Kædeandelen i detailhandlen.

Kædeandelen er med 60 % højst inden for dagligvarer, hvor en forholdsvist stor andel af butikkerne udgøres af de store dagligvarebutikker som købmandsforretninger, discountbutikker, supermarkeder og varehus, der alle er del af kædesamarbejder. Kædeandelen er lavere inden for beklædning og for øvrige udvalgsvarer, hvor kun hhv. 17 % og 39 % af de butiksdrevende er inden for kædesamarbejde.



Figur 4 Kædeandele i detailhandlen.

7.1.1 Udvikling i kædeandel i detailhandel

Kædeandelen for Hedensted bymidte er faldet med 10 %-point siden 2017, og har dermed ikke fulgt udviklingen på landsplan. Det væsentlige fald i kædeandelen kan være udtryk for, at kæderne fravælger Hedensted bymidte til fordel for Vejle og Horsens. I samme periode er antallet af butikker i Hedensted bymidte steget med 3. I det omfang de nye butikker er butikker uden for kædesamarbejde, så er dette også del af forklaringen på den faldende kædeandel.

I Løsning bymidte er kædeandelen steget med 10 %-point. I samme perioden er antallet af butikker i bymidten faldet med 1 butik eller 14 %, og stigningen i kædeandelen er derfor sandsynligvis udtryk for lukninger af butikker uden for kædesamarbejde snarere end nyetableringer af kædebutikker.

I Hedensted og Løsning by under ét er kædeandelen steget 12 %-point fra 34 % til 46 % i perioden 2008-2020.



7.2 Kædeforhold i kundeorienterede serviceerhverv

Kædeandelen inden for kundeorienterede serviceerhverv er betydeligt lavere end for detailhandlen, men på niveau med andelen inden for de kundeorienterede serviceerhverv generelt.

Der er dog store forskelle inden for de forskellige hovedbrancher. Således er næsten alle forretninger i Hedensted og Løsning bymidter inden for restauration uafhængige, mens alle banker og ejendomsmæglere er inden for kædesamarbejde.

8 Bruttoetageareal

Dagligvare- og udvalgsvarebutikkerne i Hedensted og Løsning postnummerområder har et samlet areal på ca. 22.600 m² fordelt med knap 17.900 m² i Hedensted postnummerområde og knap 4.800 m² i Løsning postnummerområde. Derudover optager butikkerne med SPV i de to postnummerområder tilsammen ca. 11.000 m².

ANVENDT METODE

For hver aktiv butik i Hedensted og Løsning postnummerområder og hver aktiv forretning inden for restauration og kundeorienteret service i Hedensted og Løsning bymidter er bruttoetagearealet registreret. Tomme lejemål, der tidligere har været anvendt til detailhandel eller kundeorienteret service, indgår ikke i opgørelsen.

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

Kortlægningen er udtryk for et øjebliksbillede, og det anbefales, at der ved f.eks. lokalplanlægning for detailhandel – især for mindre områder – gennemføres en opdatering.

8.1 Bruttoetageareal af detailhandel

Detailhandlen i Hedensted og Løsning postnummerområder Kommune har et samlet bruttoetageareal på ca. 33.600 m².

Arealet fordeler sig med ca. 12.300 m² på dagligvarebutikker, ca. 1.400 m² på beklædningsbutikker, ca. 8.950 m² på øvrige udvalgsvarebutikker og ca. 11.000 m² på butikker med SPV. Fordelingen af arealet på dagligvarebutikker, udvalgsvarebutikker og butikker med SPV er således omtrent ligelig.

Alene de 7 store dagligvarebutikker optager ca. 33 % af det samlede areal. Til sammenligning optager de 11 butikker med SPV ca. 35 % af det samlede areal. De svarer til fordelingen i andre kommuner.

BRUTTOETAGEAREAL AF BUTIKKER I M ² , 2020						
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt*	SPV	I alt**
Hedensted bymidte	7.800	1.400	3.850	5.250	-	13.050
Hedensted by i øvrigt	1.300	-	3.150	3.150	6.900	11.150
8722 Hedensted i øvrigt	-	-	400	400	4.100	4.500
<i>8722 Hedensted i alt</i>	<i>9.050</i>	<i>1.400</i>	<i>7.400</i>	<i>8.800</i>	<i>11.000</i>	<i>28.850</i>
Løsning bymidte	3.000	-	350	350	-	3.350
Løsning by i øvrigt	100	-	1.250	1.250	-	1.350
8722 Løsning i øvrigt	100	-	-	-	-	100
<i>8722 Løsning i alt</i>	<i>3.200</i>	<i>-</i>	<i>1.600</i>	<i>1.600</i>	<i>-</i>	<i>4.800</i>
<i>I alt</i>	<i>12.250</i>	<i>1.400</i>	<i>8.950</i>	<i>10.350</i>	<i>11.000</i>	<i>33.650</i>

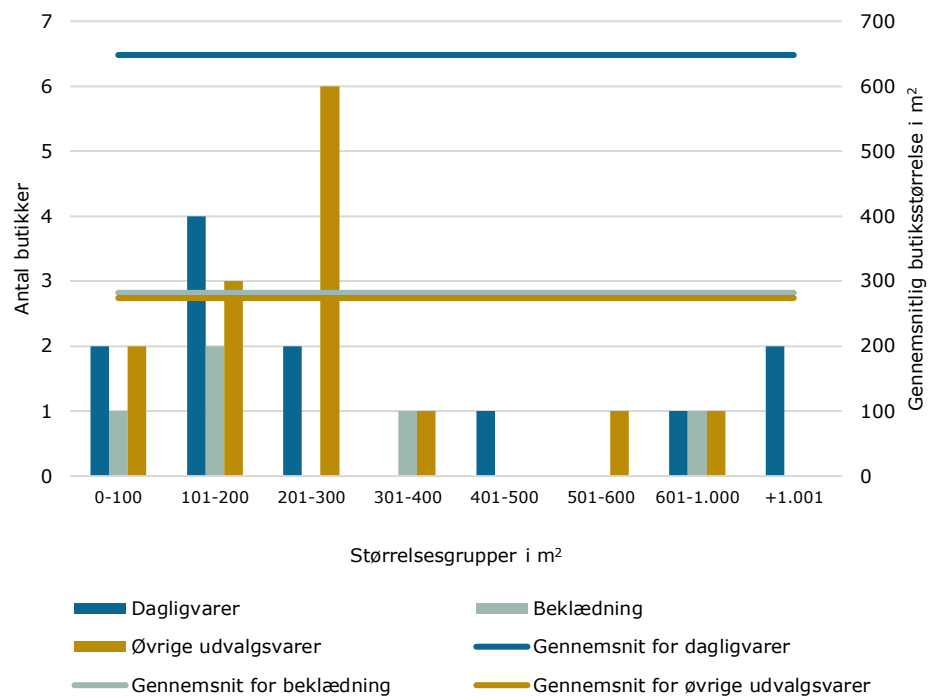
Bruttoetagearealer er summeret og derefter afrundet til nærmeste 50 m². *Ekskl. arealet af butikker med SPV. **Inkl. arealet af butikker med SPV.

Det gennemsnitlige bruttoetageareal pr. butik er højst inden for butikker med SPV, der bl.a. omfatter arealmæssigt store butikker som bilforhandlere og bygemarkeder. Den gennemsnitlige størrelse pr. dagligvarebutik er også høj som følge af tilstedeværelsen af discountbutikker og supermarkeder. De mindre butikker findes fortrinsvist i Hedensted bymidte, hvor der er en overvægt af forholdsvist små butikker.

GENNEMSITLIGE BUTIKSSTØRRELSER I M ² , 2019			
Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	SPV
640	280	365	915

8.1.1 Bruttoetageareal af detailhandel i Hedensted

Detailhandlen i Hedensted postnummerområde har et samlet bruttoetageareal på ca. 28.850 m². Bruttoetagearealet er fordelt omtrent ligeligt på dagligvarebutikker, udvalgsvarebutikker og butikker med SPV og omtrent ligeligt mellem Hedensted bymidte og den resterende del af postnummerområdet. Ses bort fra butikker med SPV, så fremgår det, at dagligvare- og udvalgsvarebutiksarealet i høj grad er koncentreret i bymidten.



Figur 5 Antal butikker fordelt på størrelsesgrupper i Hedensted bymidte (søjler) og gennemsnitlige butiksstørrelser i Hedensted bymidte (vandrette streger).

8.1.2 Bruttoetageareal af detailhandel i Løsning

Detailhandlen i Løsning postnummerområde har et samlet bruttoetageareal på ca. 4.800 m². Arealet er i udpræget grad koncentreret i bymidten og det er SuperBrugsen og Netto, der tilsammen optager størstedelen af arealet.

8.2 Udvikling i bruttoetageareal af detailhandel

Det samlede bruttoetageareal af detailhandel i Hedensted og Løsning bymidter er steget med ca. 1.100 m² eller ca. 7 % i perioden 2017-2020. Stigningen dækker over større ændringer inden for de enkelte hovedbrancher. Dagligvarebutiksarealet er således øget med ca. 1.200 m² mens udvalgsvarebutiksarealet er reduceret med ca. 100 m². Den samlet set begrænsede stigning dækker også over større ændringer i de to bymidter. Hele væksten i bruttoetagearealet kan således henføres Hedensted bymidte, mens størstedelen af faldet kan henføres til det reducerede udvalgsvarebutiksareal i Løsning bymidte.

Ses på udviklingen siden 2008, så er det samlede bruttoetageareal i Hedensted og Løsning steget med ca. 6 %. Den samlede stigning på ca. 1.600 m² kan i hovedtræk henføres til en markant udbygning på ca. 4.450 m² af dagligvarebutiksstrukturen og en mindre reduktion af bruttoetagearealet af udvalgsvarebutikker og butikker med SPV.

UDVIKLING I BRUTTOETAGEAREAL, 2017-2020						
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt*	SPV	I alt**
Hedensted bymidte	+1.100	-400	+550	+150	-	+1.250
Løsning bymidte	+100	-	-250	-250	-	-150
Bruttoetagearealer er rundet op til nærmeste 50 m ² . *Ekskl. areal af butikker med SPV. **Inkl. areal af butikker med SPV.						
UDVIKLING I BRUTTOETAGEAREAL, 2008-2020						
Hedensted og Løsning	+4.450	+200	-450	-250	-2.150	+1.600
*Ekskl. SPV. **Inkl. SPV.						

8.3 Bruttoetageareal af kundeorienterede serviceerhverv

De kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i Hedensted og Løsning bymidter havde i efteråret 2020 et samlet bruttoetageareal på ca. 2.300 m² fordelt med ca. 1.500 m² i Hedensted bymidte og ca. 800 m² i Løsning bymidte.

Forretningerne inden for restauration havde et samlet bruttoetageareal på ca. 1.250 m², og forretningerne inden for personlig pleje havde et samlet bruttoetageareal på ca. 1.050 m².

Selv om der er lidt flere forretninger inden for personlig pleje end inden for restauration, så fylder forretningerne inden for restauration samlet set lidt mere. Forretningerne inden for restauration og personlig pleje havde desuden et gennemsnitligt bruttoetageareal på hhv. ca. 135 m² og ca. 80 m².

BRUTTOETAGEAREAL AF KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV I M ² , 2020			
Område	Restauration	Personlig pleje	I alt
Hedensted bymidte	700	800	1.500
Løsning bymidte	550	250	800
I alt	1.250	1.050	2.300
De samlede bruttoetagearealer er afrundet til nærmeste 50 m ² .			

9 Omsætning

Detailhandlen ekskl. bilforhandlere i Hedensted og Løsning post-nummerområder omsatte for ca. 620 mio. kr. i 2019 fordelt med knap 440 mio. kr. på dagligvarer, godt 15 mio. kr. på beklædning og godt 165 mio. kr. på udvalgsvarer. De kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i de to bymidter omsatte for knap 30 mio. kr. i 2019.

ANVENDT METODE

For hver forretning er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for det seneste hele regnskabsår, dvs. 2019. Oplysninger om omsætning er indsamlet direkte fra den forretningsdrivende, som også er spurgt om den forventede omsætning for 2021. Hvis den forretningsdrivende ikke har ønsket at oplyse omsætningen, er den vurderet af COWI på baggrund af en besigtigelse. De oplyste og vurderede omsætningstal er sammenholdt med COWIs nøgletal fra andre analyser.

For butikker, der vurderes at have aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandel, er den del af omsætningen fratrukket. F.eks. vil omsætning fra brændstofsalg hos tankstationer med kiosker, receptpligtigt medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne.

Omsætningen fra butikker med SPV på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i den øvrige udvalgsvareromsætning.

9.1 Omsætning i detailhandel

Detailhandlen ekskl. forhandlere af motorkøretøjer omsatte for ca. 620 mio. kr. i 2019. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen knap 440 mio. kr. eller ca. 71 %, beklædningsomsætningen udgjorde ca. 15 mio. kr. eller ca. 3 % og den øvrige udvalgsvareromsætning udgjorde godt 165 mio. kr. eller ca. 27 %. Omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer vurderes at være i størrelsesordenen 80-90 mio. kr. i 2019.

Detailhandlen i Hedensted by står for langt størstedelen af den samlede omsætning, og detailhandlen i Hedensted bymidte står for over halvdelen af den samlede omsætning. Grundet anonymitetshensyn er det ikke muligt mere præcist at oplyse omsætningen for de enkelte områder eller hovedbrancher.

OMSÆTNING I HEDENSTED OG LØSNING POSTNUMMEROMRÅDER I MIO. KR., 2019				
Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer i alt	I alt
440	15	165	180	620
Tallene er summerede og derefter afrundet.				

Omsætningen i detailhandlen i Hedensted og Løsning by under ét er i løbende priser steget med ca. 80 mio. kr. i perioden 2007-2019. Omsætningen er i

løbende priser steget markant inden for dagligvarer og faldet markant inden for udvalgsvarer. Tages der højde for prisudviklingen i samme periode, så vurderes der reelt at være tale om et fald i den samlede omsætning. Faldet skyldes et markant fald inden for udvalgsvarer, som kun delvist afbødes af en stigning inden for dagligvarer.

9.1.1 Arealintensitet

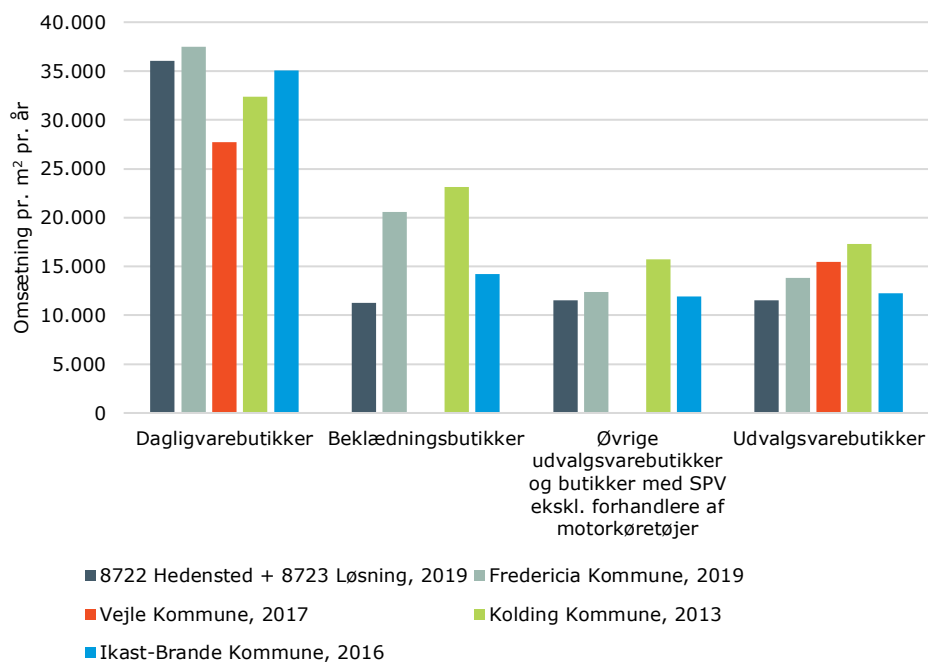
En sammenligning af omsætningen pr. m² i detailhandlen i Hedensted med andre byer i regionen viser, at omsætningen pr. m² er forholdsvis høj i dagligvarebutikkerne, men forholdsvis lav i udvalgsvarerbutikkerne.

Kædeandelen har stor betydning for den gennemsnitlige omsætning pr. m², da kædebutikkerne generelt er mere arealeffektive. Det vurderes, at den forholdsvis lave omsætning pr. m² inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer skyldes den lave kædeandel samt konkurrencepresset fra de større udbudspunkter og nethandlen. For dagligvarer vurderes det, at den forholdsvis høje omsætning pr. m² skyldes, at de store dagligvarebutikker, der alle er del af kædesamarbejder, står for langt størstedelen af dagligvarehandlen, og en større andel er dagligvarehandlen end i de byer, der er sammenlignet med.

DEFINITION OG ANVENDT METODE

Arealintensitet måles i kr. pr. m² og udtrykker butikkernes arealeffektivitet.

Den gennemsnitlige omsætning pr. m² i detailhandlen i Hedensted og Løsning postnummerområder er sammenlignet med omkringliggende byer på baggrund af data fra de seneste detailhandelsanalyser. Bemærk, at data er for forskellige udgangsår.



Figur 6 Arealintensitet i detailhandlen.



9.1.2 Forventet omsætning i 2021

De butiksdrivende ser generelt positivt på fremtiden, idet der generelt forventes en højere omsætning i 2021 end 2019. For omkring 45 % butikkerne forventes vækst i omsætningen, mens der for kun 8 % forventes et fald. For omkring 47 % af butikkerne forventes en omtrent uændret omsætning.

De butiksdrivende i dagligvarebutikkerne og butikkerne med øvrige udvalgsvarer forventer en gennemsnitlig stigning i omsætningen i den enkelte butik på hhv. ca. 7 % og ca. 6 %, mens de butiksdrivende i beklædningsbutikkerne og butikkerne med særligt SPV forventer en stigning i omsætningen på ca. 1 %.

Der er ikke signifikant forskel i forventningerne til fremtiden for butikkerne i og uden for Hedensted bymidte.

FORVENTNINGER TIL OMSÆTNINGEN I 2021				
Hovedbranche	Fald	Uændret	Vækst	Forventet omsætning i 2021 ift. 2019
Dagligvarer	6 %	22 %	72 %	+7 %
Beklædning	40 %	20 %	40 %	+1 %
Øvrige udvalgsvarer	5 %	55 %	40 %	+6 %
SPV	-	90 %	10 %	+1 %
<i>I alt</i>	8 %	47 %	45 %	+5 %
Den forventede, gennemsnitlige omsætningsvækst er ikke vægtet.				

9.2 Omsætning i kundeorienterede serviceerhverv

Omsætningen i kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration, dvs. spisesteder, caféer mv. og inden for personlig pleje, dvs. frisører, saloner mv. i

Hedensted og Løsning bymidter var i alt ca. 28 mio. kr. i 2019 fordelt med ca. 20 mio. kr. eller ca. 71 % på Hedensted bymidte og ca. 8 mio. kr. eller ca. 29 % på Løsning bymidte.

Den samlede omsætning fordeler sig med 16 mio. kr. eller ca. 57 % på restauration og ca. 12 mio. kr. eller ca. 43 % på personlig pleje.

OMSÆTNING I KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV I MIO. KR., 2019			
	Restauration	Personlig pleje	I alt
Hedensted bymidte	*	*	20
Løsning bymidte	*	*	8
<i>I alt</i>	16	12	28
Tallene er summerede og derefter afrundet. *Kan af anonymitetshensyn ikke oplyses.			

Omsætningen i de kundeorienterede serviceerhverv i Hedensted og Løsning bymidter er ikke tidligere opgjort, men det er sandsynligt, at omsætningen er steget i de senere år og op til den aktuelle krise som følge af Coronavirus. På landsplan steg salget i løbende priser i den danske hotel- og restaurationsbranche med ca. 45 % i perioden 2012-2019.

9.2.1 Forventet omsætning i 2021

De fleste forretningsdrivende inden for restauration og personlig pleje forventer omtrent samme omsætning i 2021 som i 2019. Ingen forretningsdrivende forventer et fald omsætningen og en del forventer derimod vækst, hvilket samlet set betyder en forventet gennemsnitlig vækst på 4 % i den enkelte forretning.

Inden for personlig pleje og restauration forventes en gennemsnitlig stigning i omsætningen i den enkelte forretning på hhv. ca. 4 % og 3 %.

FORVENTNINGER TIL OMSÆTNINGEN I 2021				
Hovedbranche	Fald	Uændret	Vækst	Forventet omsætning i 2021 ift. 2019
Personlig pleje	-	67 %	33 %	+4 %
Restauration	-	78 %	22 %	+3 %
<i>I alt</i>	-	71 %	29 %	+4 %
Den forventede, gennemsnitlige omsætningsvækst er ikke vægtet.				

10 Forbrug og handelsbalance

Handelsbalancen ekskl. nethandel for Hedensted og Løsning postnummerområder var ca. 90 % i 2019 svarende til et handelsunderskud på godt 70 mio. kr. Det samlede underskud udtrykker et underskud inden for udvalgsvarer på knap 90 mio. kr. og et overskud inden for dagligvarer på godt 15 mio. kr.

Handelsbalancen ekskl. nethandel for Hedensted og Løsning postnummerområder var ca. 90 % i 2019. Det svarer til et handelsunderskud på 10 % eller ca. godt 70 mio. kr. Det samlede handelsunderskud dækker over forskelle inden for hovedbrancherne; handelsbalancen for dagligvarer var ca. 104 % svarende til et overskud på godt 15 mio. kr. mens handelsbalancen for udvalgsvarer var ca. 68 % svarende til et underskud på knap 90 mio. kr. Underskuddet for udvalgsvarer fordeler sig med ca. 65 mio. kr. inden for beklædning og knap 25 mio. kr. inden for øvrige udvalgsvarer. Handelsbalancen for beklædning var således ca. 20 %, mens handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer var ca. 88 %.

DEFINITION

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et geografisk afgrænset område. Hvis handelsbalancen for et område er under 100 % betyder det, at butikkerne i området omsætter for mindre end de lokale borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker udenfor området. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i området tiltrækker kunder fra udenfor området, f.eks. pendlere. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft.

I beregningen af handelsbalancen for 2019 er der taget højde for nethandlen, der er trukket ud af forbruget. I beregningerne er det derfor borgernes forbrug i fysiske butikker, som holdes op mod omsætningen i fysiske butikker som input til den fysiske planlægning.

En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem, men kan også være udtryk for at forbrugsgrundlaget er faldet mere end omsætningen.

HANDELSBALANCE FOR 8722 HEDENSTED OG 8723 LØSNING I CA. %, 2019					
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer	I alt
Ekskl. nethandel	104	20	88	68	90
Inkl. nethandel	102	18	72	56	82

Tallene viser, at der er overskud på handelsbalancen inden for dagligvarer, men underskud inden for udvalgsvarer, herunder særligt inden for beklædning.

HANDELSBALANCE FOR 8722 HEDENSTED OG 8723 LØSNING I MIO. KR. 2019					
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer	I alt
Ekskl. nethandel	+15	-65	-25	-90	-70
Inkl. nethandel	+10	-75	-65	-140	-140
Tallene er summerede og derefter afrundet.					

10.1 Handelsbalance for dagligvarer

Overskuddet inden for dagligvarer viser, at Hedensted og Løsning fungerer som de primære indkøbsbyer for dagligvarer for borgere bosiddende i de to postnumrområder, og at dagligvarebutikkerne i Hedensted og Løsning også tiltrækker borgere, der er bosiddende uden for postnummerområderne. Handelsoverskuddet på godt 15 mio. kr. svarer til knap halvdelen af omsætningen i en discountbutik eller dagligvareforbruget i fysiske butikker fra ca. 650 borgere.

Det er kombinationen af et attraktivt udbud af dagligvarebutikker og afstandene til andre store dagligvarebutikker, se evt. Figur 2, der medfører, at Hedensted og Løsning har et større opland inden for dagligvarer.

Det er særligt Hedensted, hvor der er 5 store dagligvarebutikker, der tiltrækker borgere fra et større opland. I Hedensted bymidte findes et attraktivt miks af store dagligvarebutikker i form af discountbutikker og supermarked suppleret med mindre specialdagligvarebutikker. Det brede udbud betyder, at borgere bosiddende i landområderne omkring Hedensted og Løsning kører til Hedensted ifm. større indkøbsture, hvor lokale, men mindre købmandsbutikker dermed fravælges. Rema 1000 i Hedensted ligger med stor synlighed fra det overordnede vejnet, og betjener forbigørende trafik såvel som lokale borgere. Det vurderes, at Rema 1000 i særlig grad bidrager til handelsoverskuddet.

SuperBrugsen i Hedensted og Løsning vurderes også at tiltrække kunder fra større oplande, da SuperBrugsen med sit koncept adskiller sig væsentligt fra discountbutikker og mindre købmandsbutikker. Nærmeste supermarkeder ligger i Horsens, Vejle, Juelsminde og Tørring.

10.2 Handelsbalance for beklædning

Det væsentlige handelsunderskud inden for beklædning skyldes en kombination af Hedensteds bystørrelse og de korte afstande til Vejle og Horsens, hvor der er langt større butiksudbud. En del af forklaringen på den lave handelsbalance for beklædning er, at der i dag er 4 færre beklædningsbutikker end i 2017, hvilket er et væsentlig fald.

Mens den lave handelsbalance på den ene side viser, at beklædningsbutikkerne i Hedensted er i skarp konkurrence med de større udbudspunkter i regionen, så viser handelsbalancen på den anden side også, at der er potentiale for et større butiksudbud taget i betragtning af det lokale kundegrundlag.

10.3 Handelsbalance for øvrige udvalgsvarer

Det vurderes, at handelsunderskuddet inden for øvrige udvalgsvarer skyldes nærheden til konkurrerende handelsbyer. Den øvrige udvalgsvarerhandel i Hedensted er i skarp konkurrence med den øvrige udvalgsvarerhandel i Horsens og Vejle, hvor der findes større indkøbsområder med store udvalgsvarerbutikker og butikker med SPV langs hovedvejen til Hedensted. I Vejle ligger butikkerne i området ved Bilka i den nordøstlige del af byen og i Horsens ligger butikkerne ved Høegh Guldbergs Gade, syd for Bilka i Horsens. Også butikscentret Bryggen i Vejle og gågaderne i Vejle og Horsens udgør konkurrerende udbudspunkter inden for øvrige udvalgsvarer.



11 Effekter af COVID-19

Mange forretningsdrivende er på tidspunktet for analysens udarbejdelse væsentligt udfordrede af situationen med Coronavirus. Analysen omfatter omsætnings- og forbrugstal for 2019 og forventninger til 2021. Det betyder, at analysens resultater ikke udtrykker den aktuelle krise, som store dele af handelslivet er i, men udtrykker situationen inden og den normalisering, som forventes efter krisen.

Mens kapitel 12 omfatter vurderinger af fremtidsudsigterne og arealbehovet på længere sigt, så fokuserer dette kapitel på den aktuelle version.

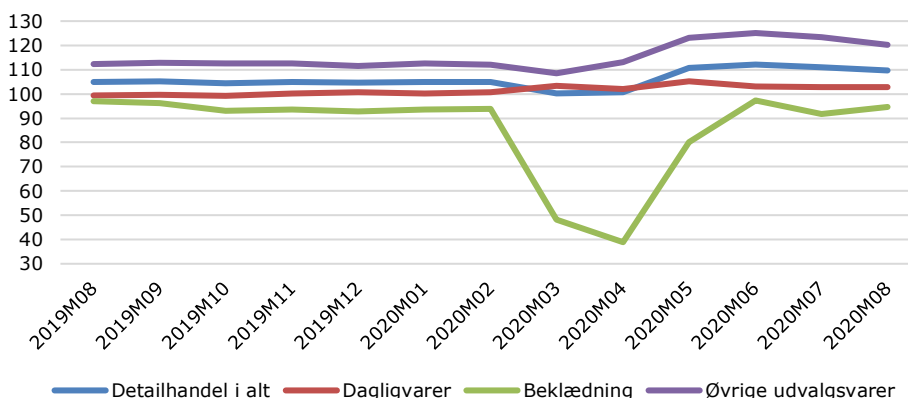
DATAGRUNDLAG

Dette kapitel baserer sig på data fra Danmarks Statistik i form af detailomsætningsindekset og dele af konjunkturbarometerundersøgelsen:

- > Detailomsætningsindekset omfatter omsætningen i fysiske butikker og danske netbutikker. Omsætningen er indekseret.
- > Konjunkturbarometerundersøgelsen omfatter tre ekstraspørgsmål om COVID-19, der har ledsaget konjunkturbarometerundersøgelsen for erhvervene siden april.

11.1 Påvirkning af omsætning

Corona-krisen har i væsentlig grad påvirket omsætningen i detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv, men udviklingen har været forskellig inden for brancherne. Figur 7 viser udviklingen i omsætningen i detailhandlen og de danske netbutikker det seneste år, herunder under nedlukningen som følge af Coronakrisen, og i den første tid efter genåbningen.



Figur 7 Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation, i perioden august 2019 – august 2020. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100. Kilde: DST.

Mest markant har udviklingen været inden for beklædning, som faldt drastisk til indeks 40. Forklaringerne kan være:

- > At beklædning er en meget konjunkturfølsom varegruppe, og at en del forbrugere har valgt at udskyde køb af nyt tøj grundet generel usikkerhed om samfundsøkonomi og jobsikkerhed,
- > at forårsudsalget blev aflyst grundet nedlukningen,
- > at butikscentrene, hvor en stor del af kapitalkædebutikkerne inden for beklædning ligger, har været lukket i en længere periode,
- > at de udenlandske turisternes forbrug er udeblevet, og
- > at retningslinjerne for social afstand har sat begrænsninger på mulighederne for at prøve tøj.

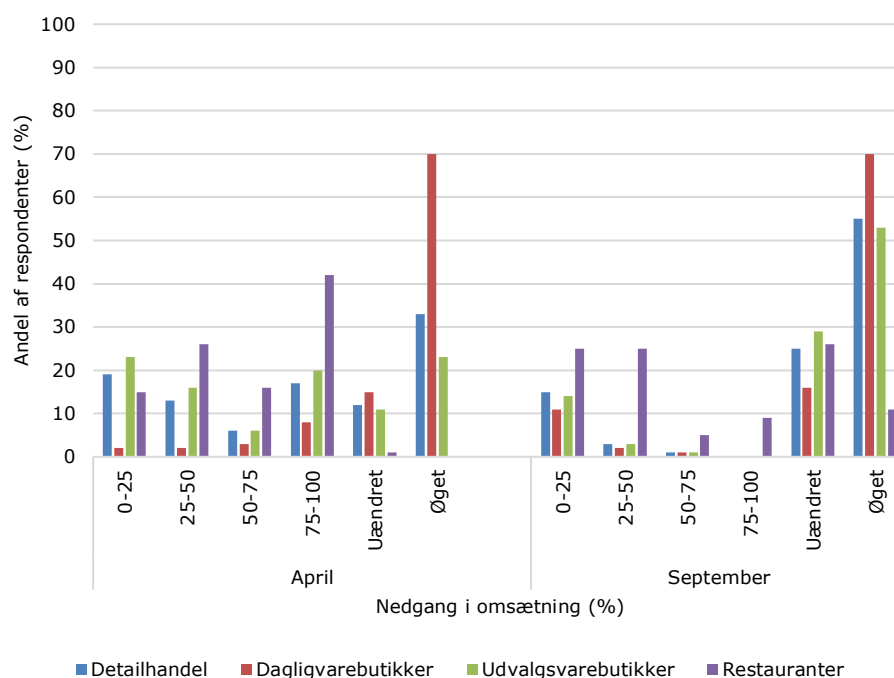
Dagligvareomsætningen er steget under krisen. Forklaringerne kan være:

- > At mange har arbejdet hjemmefra, og derfor ikke har spist i arbejdspladssens kantine som normalt,
- > at der har ikke været mulighed for udespisning på restauranter og caféer,
- > at der er sket en markant vækst i nethandlen med dagligvarer, og
- > at dele af forbrugerne har hamstret eller købt stort ind under krisens start.

Det øvrige udvalgsvarerforbrug er steget, og har nået et rekordhøjt niveau. Forklaringerne kan være:

- > At mange borgere har udnyttet den megen tid hjemme til gør-det-selv projekter, og
- > at byggemarkeder og plantecentre har kunnet holde åbent.

På tidspunktet for udarbejdelsen af denne analyse er detailomsætningsindekset offentliggjort for perioden til og med august. Konjunkturbarometerundersøgelsen giver dog et billede af udviklingen i september. Som del af Danmarks Statistiks konjunkturbarometerundersøgelse er der bl.a. spurgt ind til hvordan situationen med Corona har påvirket virksomhedens omsætning i den seneste måned. Da der er usikkerhed om, hvorvidt en del virksomheder har svaret mere bredt ift. til en normal situation, er procentandelens udvikling fra måned til måned sammenlignet. Det fremgår, at der er sket en forskydning i perioden april-september, og at færre respondenter end tidligere vurderer, at omsætningen i den seneste måned er faldet meget markant og flere vurderer, at omsætningen er uændret eller øget.



Figur 8 Hvordan vurderer du, at Corona-situationen har påvirket virksomhedens omsætning i den seneste måned? (september). Kilde: DST.

De seneste danske og udenlandske tal viser, at forbrugertilliden hastigt er på vej tilbage mod et normalniveau om end udviklingen fortsat er usikker.

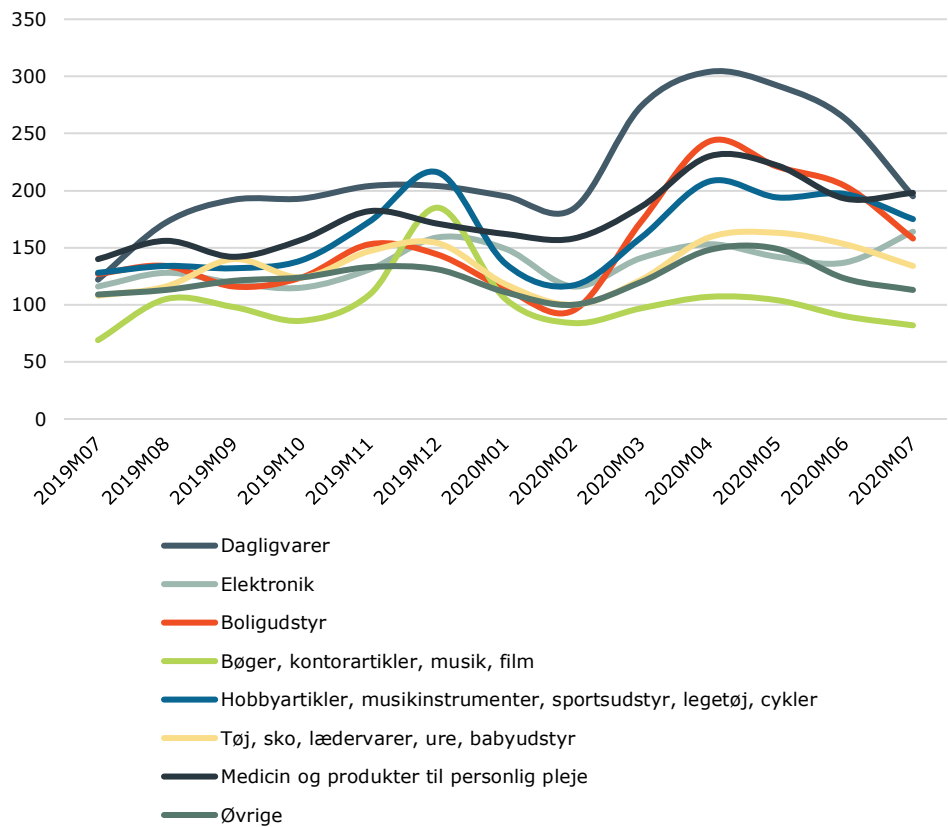
Som følge af udbetalingen af dele af de indefrosne feriepenge forventes en markant stimulering af privatforbruget, som skønnes at blive øget med ca. 16,5 mia. kr. i det første år efter udbetalingen. En del af forbruget vil blive lagt i detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv.

Den fremtidige udvikling er dog usikker og afhænger også af, hvordan eksportmarkederne omkring Danmark udvikler sig. På baggrund af Nationalbankens og Det Økonomiske Råds forventninger, er det forudsat, at privatforbruget fremover vil vokse i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge.

11.2 Påvirkning af nethandel

Coronakrisen har haft stor betydning for nethandlen, som er steget markant. Nethandlen er dels steget som følge af nedlukningen af dele af detailhandlen og dels som en umiddelbar reaktion fra store dele af forbrugerne.

Omsætningsindekset viser imidlertid, at den markante stigning er efterfulgt af et omtrent lige så stort fald. Mens mange forbrugere og detailhandlere således har gjort sig flere erfaringer med nethandel, så viser tallene, at den øgede nethandelsandel har været midlertidig inden for de fleste brancher.



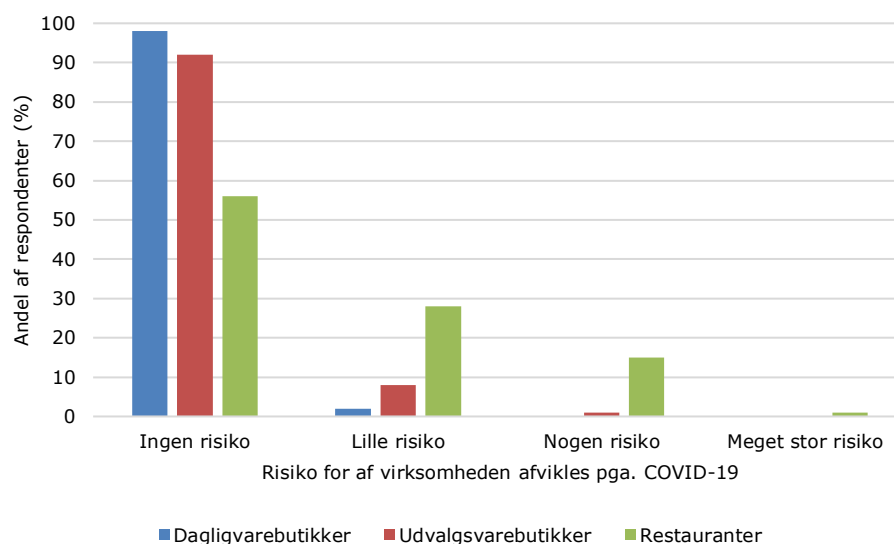
Figur 9 *Udvikling i omsætning i danske netbutikker. Kilde: DST.*

Det er endnu for tidligt at vurdere betydningen af stigningen i nethandlen med dagligvarer som følge af Corona, herunder i hvilket omfang en øget nethandelsandel fastholdes, om udviklingen f.eks. kan være startskuddet til et egentligt gennembrud for nethandlen med dagligvarer.

11.3 Påvirkning af risiko for afviklinger

Overordnet ser erhvervene lille risiko for at måtte afvikle på grund af COVID-19, men der er stadig udsatte brancher. Med hovedparten af data indsamlet inden 10. september, hvor regeringen varslede forstærkede tiltag for at nedbringe stigningen i COVID-19-smitte, ses der et ret optimistisk resultat af september måneds tre spørgsmål til erhvervslivet om påvirkning fra COVID-19.

Således er det nul pct. i detailhandlen, der ser "nogen" eller "meget stor" risiko for at måtte afvikle over de næste tre måneder på grund af COVID-19. For det samlede serviceerhverv ser det også fint ud med kun 3 %. Men når man dykker ned i brancherne, er det bestemt ikke optimisme, der præger – blandt de højeste vurderinger af risiko for afvikling ligger bl.a. hoteller med 11 % og restauranter med 16 %.



Figur 10 Med den nuværende viden, hvad er risikoen for, at jeres virksomhed må afvikles i løbet af de næste tre måneder som følge af Corona-virussen?
Kilde: DST.

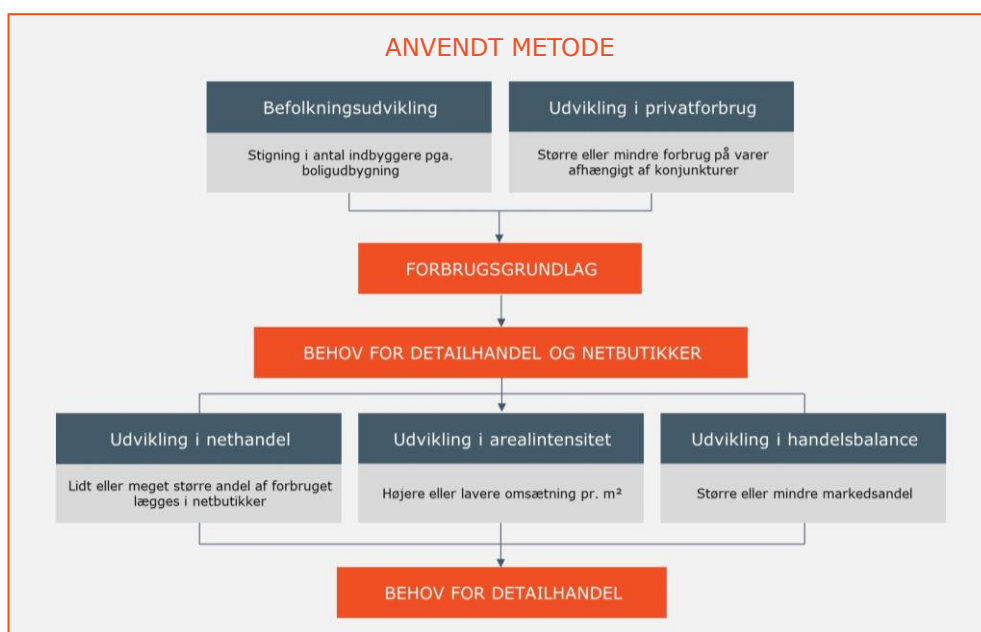
12 Forbrugsgrundlag og arealbehov

Befolkningsstilvæksten vil i de kommende år øge kundegrundlaget for detailhandlen i Hedensted og Løsning. Behovet for yderligere areal til detailhandel vil dog i høj grad afhænge af udviklingen i privatforbruget, væksten i nethandlen og, om Hedensted erobrer markedsandele.

De seneste godt 10 år har budt på stigende urbanisering mod de store byer, økonomisk afmatning, stigende nethandel og øget konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Den økonomiske afmatning er stoppet, og privatforbruget stiger igen, men udviklingen inden for detailhandlen er usikker. Den igangværende krise i handelslivet, affødt af Coronavirus, har medført et pludseligt og meget markant fald i forbruget inden for nogle varegrupper og services og drastisk ændrede indkøbsmønstre. Det forventes at den igangværende krise er midlertidig, at situationen vil normalisere sig, og at følgende forhold vil påvirke handelslivet i Hedensted og Løsning på længere sigt:

- > Kommunens, handelslivets og borgernes engagement i udviklingen
- > Befolkningsudviklingen
- > Udviklingen i privatforbruget
- > Udviklingen i nethandlen
- > Udvikling i handelsbalancen overfor omverdenen
- > Udviklingen i butikkernes omsætning pr. m²

Udviklingen i forbrugsgrundlaget har betydning for detailhandlen. Særligt udviklingen i indbyggertallet og privatforbruget har betydning for forbrugsgrundlaget, mens særligt nethandlen, handelsbalancen og omsætningen pr. m² er med til at definere, hvordan udviklingen i forbrugsgrundlaget påvirker arealbehovet.



Der er opstillet to scenarier for udviklingen frem mod 2027, som er slutåret for befolkningsprognosen. Maksimumssceneriet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Hedensted og

Løsning postnummerområder. Minimumsscenariet udtrykker den omvendte situation. Inden for hver af før oplyste parametre kan tænkes en negativ og en positiv udvikling, hvilket beskrives i det følgende.

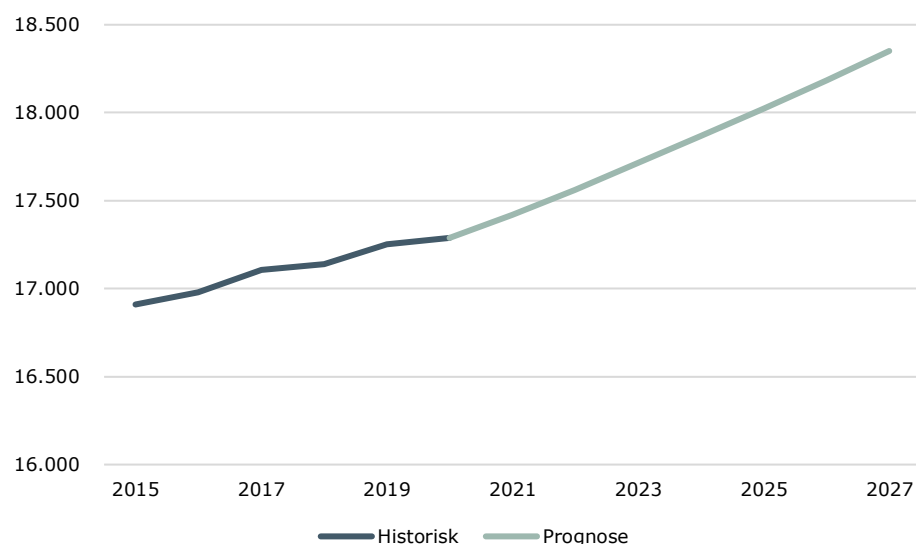
12.1 Aktiv udvikling af detailhandlen

En aktiv udvikling af detailhandlen har stor betydning. Det gælder både mht. lokalisering af dagligvarebutikker, et attraktivt bymiljø, fortætning af bymidterne med flere boliger, en indsats for at styrke butiksudbuddet ved aktiv kontakt til kæder og små specialbutikker mv. Flere af tiltagene kan med fordel gennemføres i tæt samarbejde mellem kommune, handelsliv og grundejere. Et eksempel er samarbejdet mellem Tørring Handelsforening, Hedensted Erhverv m.fl. om et business improvement district (BID) som en stærkere organisation bag handelslivet i Tørring.

En udvikling af handelslivet med udgangspunkt i anbefalingerne, som udviklingsudvalget har præsenteret, vil understøtte en positiv udvikling, der trækker i retning af maksimumsscenariet.

12.2 Stor befolkningstilvækst

Befolkningstallet i skoledistrikterne, der er sammenfaldende med Hedensted og Løsning postnummerområder, er steget med ca. 300 borgere eller ca. 2 % i perioden 2016 til ultimo 2019. Ud fra de historiske tal og den forventede boligudbygning forventes i Befolkningsprognose 2020 en fremgang i befolkningstallet på ca. 1.060 borgere eller ca. 6 % frem mod 2027. Befolkningsudviklingen er betinget af, at det planlagte boligbyggeri i perioden frem til 2027 bliver realiseret.

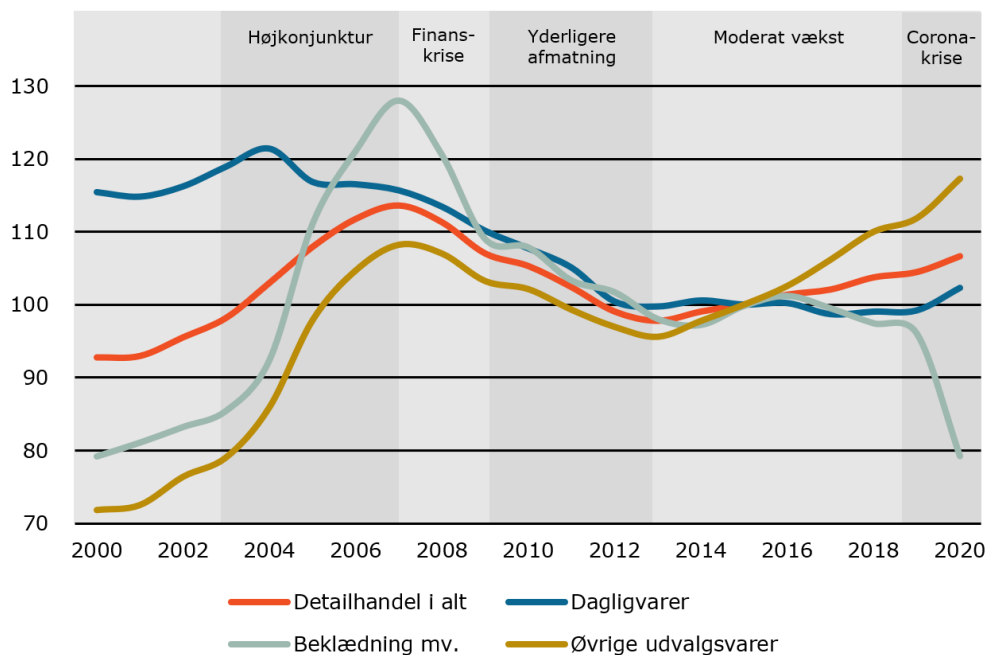


Figur 11 Historisk og forventet befolkningsudvikling i skoledistrikterne, der er sammenfaldende med Hedensted og Løsning postnummerområder.

12.3 Udvikling i privatforbrug

Efter 2008, hvor forbruget toppede, var forbrugerne tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

- > Samlet set er omsætningen på landsplan faldet med ca. 8 % fra 2007 til ultimo 2019. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005¹.
- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne er i perioden 2007-2019 faldet med ca. 14 %. Discountbutikkerne under ét har 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 ligger efter en stor stigning i perioden 2013-2019 over niveauet i 2007, hvor forbruget var på sit højeste.



Figur 12 Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i årsgennemsnittet i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation, frem til august 2020. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.

Udviklingen i detailomsætningsindekset viser, at omsætningen af øvrige udvalgsvarer, dvs. varer som f.eks. elektronik, biludstyr, møbler, køkkener og fritidsudstyr, i landets fysiske butikker og danske netbutikker aldrig har været højere. Den samlede omsætning af øvrige udvalgsvarer har efter næsten uafbrudt

¹ Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i 2019.

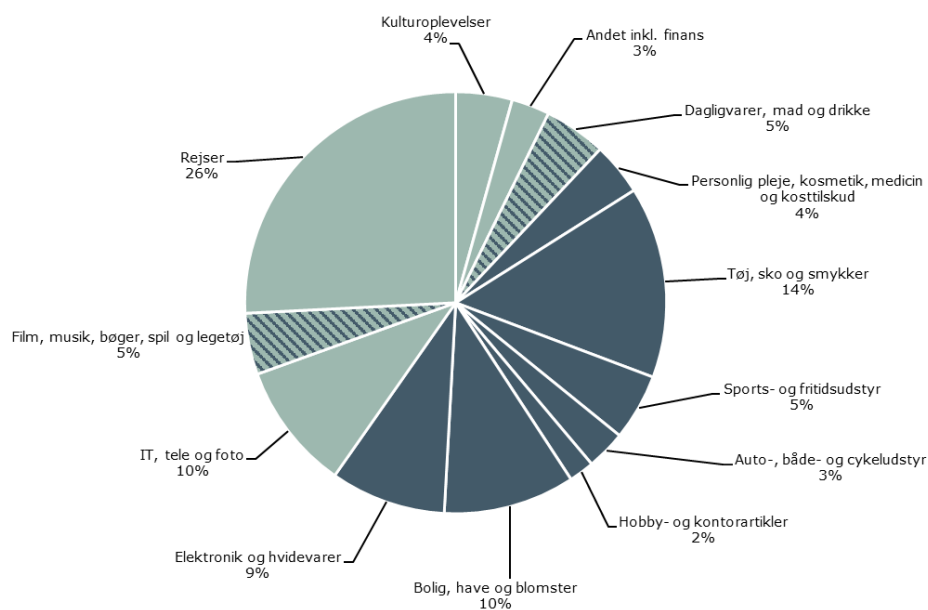
vækst siden 2013 nået et niveau højere end før finanskrisen. Sammenlignet med 2013, hvor omsætningen nåede et lavpunkt, er der tale om en stigning på 21 %.

Den markante vækst i omsætningen af øvrige udvalgsvarer er sket i en periode, hvor omsætningen indenfor dagligvarer, med en vækst på ca. 1 %, har været stort set uændret. Samtidig er omsætningen inden for beklædning faldet med ca. 13 %. Det er dermed alene omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer, der har båret væksten på ca. 8 % i omsætningen siden 2013. I samme periode er antallet af indbyggere i Danmark steget med kun knap 4 %, og væksten i kundegrundlaget forklarer derfor kun en del af stigningen i omsætningen.

Det forventes, at privatforbruget fremover vil vokse i et 7-årigt perspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge. I minimumsscenarioet stiger privatforbruget kun svagt, mens det i maksimumsscenarioet stiger væsentligt.

12.4 Stigende nethandel

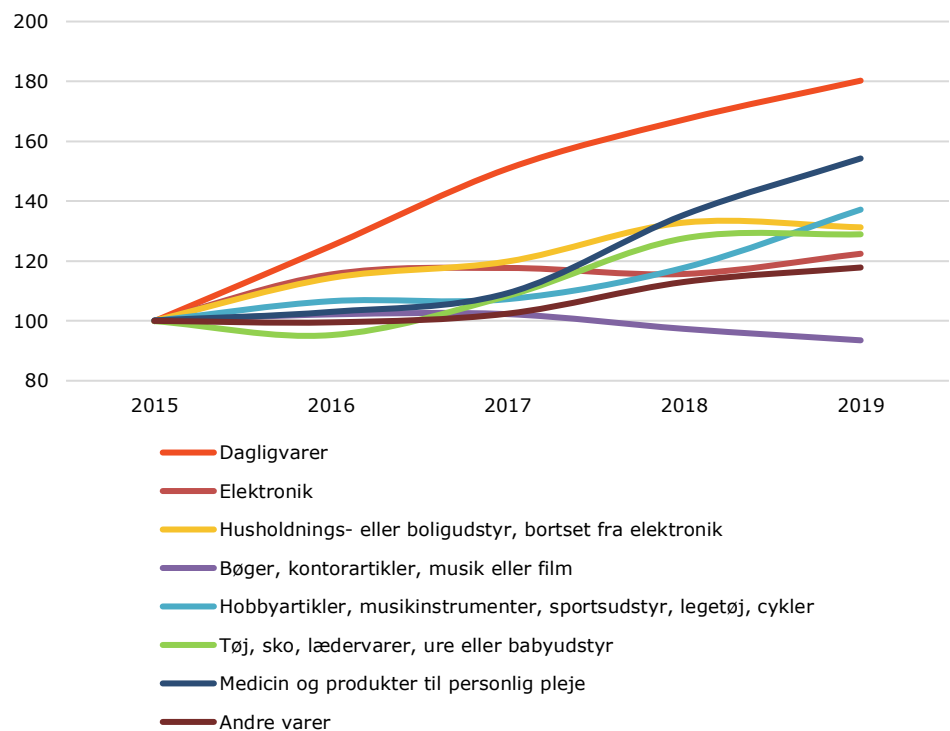
En stigende andel af danskernes forbrug lægges i netbutikker, og en mindre andel lægges i fysiske butikker. Alene i 2016 steg nethandlen med ca. 16 %. I 2017 rundede nethandlen 120 mia. kr., hvilket er dobbelt så meget som i 2012, og i 2019 nåede nethandlen ca. 150 mia. kr. Der flyttes dermed fortsat store markedsandele fra de fysiske butikker til nethandlen. Nethandlens voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 blev lagt i netbutikker. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Andelen af nethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj købt online, mens andelen af dagligvarer, der købes online, fortsat er lav.



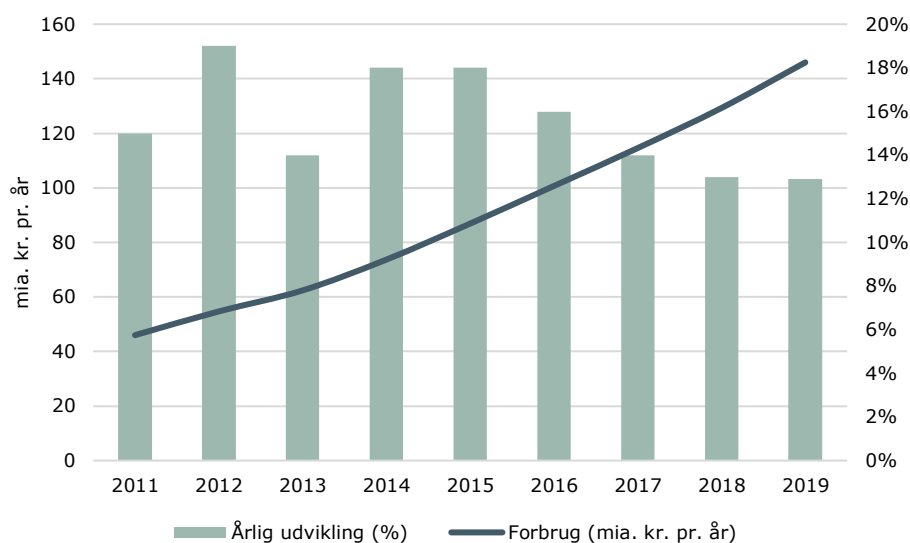
Figur 13 Fordelingen af den samlede nethandel i 2018 på kategorier, herunder varer (mørkegråt) og services (lysegråt). Kilde: FDIH.

Dagligvarer købes typisk nær bopælen, herunder på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på nettet. Der er endnu ikke sket et egentlig gennembrud inden for nethandlen med dagligvarer, f.eks. som måltidskasser. Der er sket en kraftig vækst i nethandlen med dagligvarer, senest under krisen som følge af Corona, men fra et meget lavt udgangspunkt. Nethandel med dagligvarer er mest udbredt i Hovedstadsområdet og i de større byer. Nethandelsandelen for dagligvarer på landsplan var ca. 2,6 % før situationen med Corona. Det vurderes, at nethandlen med dagligvarer i dag udgør mellem 3-4 % af det samlede dagligvareforbrug i Hedensted Kommune. Det er endnu for tidligt at vurdere betydningen af stigningen i nethandlen med dagligvarer som følge af Corona, herunder i hvilket omfang en øget nethandelsandel fastholdes, eller om det er startskuddet til et egentligt gennembrud for nethandlen med dagligvarer.

Hvis forbrugsvæksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butiksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder, og da nogle fysiske butikker helt vil lukke. Sker omsætningen derimod som et supplement til omsætningen i den fysiske butik eller fordi netbutikker åbner en fysisk butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til at øge behovet for butiksareal eller medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker.



Figur 14 *Indekseret udvikling i omsætningen i nethandlen med varer. Det sæson-korrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.*

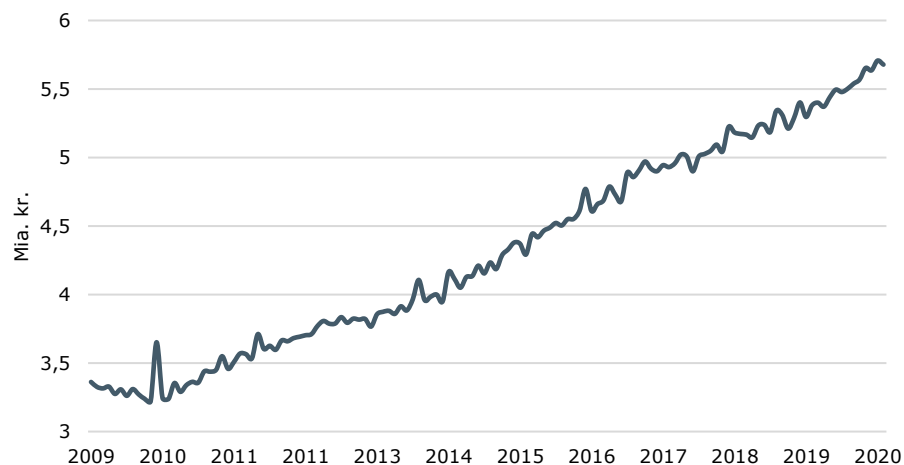


Figur 15 Udviklingen i danskernes forbrug online over de sidste knap 10 år. Varer udgør ca. 37 % af forbruget. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

I de to scenarier forudsættes det, at nethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer vil vokse markant, og at nethandlen vil fortsætte sin kraftige vækst inden for udvalgsvarer. Eksempelvis forventes nethandlen i minimumsscenarioet at dække 33 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2027. I maksimumsscenarioet forventes nethandlen at vokse mere beskedent og dække 24 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer.

12.5 Stigende udespisning

Danskerne spiser i stigende grad ude og laver i mindre omfang end tidligere selv mad. Dermed er det nærliggende at antage, at en del af forbruget flyttes fra dagligvarebutikker til restauranter, caféer og andre spisesteder. Det er især unge i de større byer, som spiser meget ude.



Figur 16 Salg i løbende priser i den danske hotel- og restaurationsbranche op til Corona-krisen.

Dagligvarekæderne er i stigende grad opmærksomme på tendensen og tilbyder i højere grad convenienceprodukter, bake-off og slagterafdelinger, click-and-collect ordninger med drive-in mv. Hvis dagligvarebutikkerne i højere grad omstiller sig til de nye forbrugs- og indkøbsmønstre, får de også del i væksten.

I minimumsscenariet forudsættes det, at udviklingen i udespisningen fortsætter med en vækst som i de senere år. I maksimumsscenariet forudsættes det, at væksten aftager.

12.6 Udvikling i handelsbalance

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

Handelsbalancen ekskl. nethandel for dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer i Hedensted og Løsning postnummerområder er hhv. 104 %, 20 % og 88 %.

I minimumsscenariet er det forudsat at handelsbalancen for dagligvarer og beklædning fastholdes på de nuværende niveauer, mens handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer falder til 80 %.

I maksimumsscenariet, som bl.a. indebærer en udbygning af butiksstrukturen med et aflastningsområde til fortrinsvist store udvalgsvarebutikker er det forudsat, at handelsbalancen for dagligvarer stiger til ca. 105 %, at handelsbalancen for beklædning stiger til 25 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer stiger til ca. 110 %. Der er tale om en markant stigning i handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer, som kun kan opnås ved en væsentlig udbygning af butiksstrukturen.

12.7 Konstant arealintensitet i eksisterende butikker

I beregningerne af arealbehovet er det ikke forudsat, at en del af den forventede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker. I så fald 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 kan der 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 kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

Der er i vurderingerne forudsat en uændret arealintensitet.

12.8 Samlet vurdering af behov for yderligere areal

Samlet set viser beregningerne, at arealbehovene i de to scenarier bliver ganske forskellige. Det skyldes især udviklingen i nethandlen, privatforbruget og

handelsbalancerne, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem over en længere årrække.

I minimumsscenarioet er der på dagligvaresiden forudsat en markant vækst i net-handlen med dagligvarer, bl.a. med måltidskasser, samtidig med, at en større del af forbruget på mad sker som udespisning i form af take-away og click-and-collect. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at væksten i nethandlen i høj grad overstiger væksten i privatforbruget. I minimumsscenarioet er det forudsat, at dagligvare og udvalgsvarerhandlen i Hedensted og Løsning postnummerområder tilpasser sig ændringerne i forbrugsgrundlaget, som vil være faldende.

Resultatet af minimumsscenarioet er, at der bliver behov for i størrelsesordenen 3.100 m² mindre detailhandel. Tallet dækker over et stort set uændret behov for dagligvarebutikker og beklædningsbutikker samt et behov for i størrelsesordenen 3.000 færre m² til øvrige udvalgsvarebutikker og butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.

Maksimumsscenarioet indebærer en større udvikling af detailhandlen frem til 2027. Det kan f.eks. være ved udvidelser af eksisterende dagligvarebutikker udbygning af et nyt aflastningsområde til butikker med store udvalgsvarebutikker ved det overordnede vejnet. På dagligvaresiden er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer fortsat ikke får et gennembrud, og at udespisningen kun tiltager i begrænset grad. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at væksten i net-handlen aftager, og at der bruges flere penge på udvalgsvarer i butikker. I maksimumsscenarioet er det desuden forudsat, at detailhandlen, herunder særligt den øvrige udvalgsvarerhandel i Hedensted, erobrer markedsandele.

Samlet set vil der i maksimumsscenarioet blive behov for en udvidelse af butiksarealet med i størrelsesordenen 8.100 m². Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på i størrelsesordenen 1.300 m², et behov for yderligere areal til beklædningsbutikker på i størrelsesordenen 500 m², et behov for yderligere areal til øvrige udvalgsvarebutikker og butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer på i alt på i størrelsesordenen 6.800 m².

For begge scenarier gælder, at der kan være et behov for yderligere areal til forhandlere af motorkøretøjer. En vurdering af behovet for yderligere bilforhandlere og andre forhandlere af motorkøretøjer er dog vanskelig, og kan med fordel tage udgangspunkt i konkrete efterspørgsel frem for et beregnet behov.

ÆNDRET BEHOV FOR AREAL FREM MOD 2031		
Scenarie	Dagligvarer	Udvalgsvarer
Minimum	-100 m ²	-3.000 m ²
Maksimum	+1.300 m ²	+8.100 m ²
*Ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.		

Tabel 1 Behov for yderligere areal i minimums- og maksimumsscenarioet for Hedensted og Løsning postnummerområder frem mod 2027. Arealerne er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.

Behovet for yderligere areal er betinget af en stigning i kundegrundlaget som følge af den forventede boligudbygning. Her spiller bl.a. placeringen af de nye boliger en rolle. De beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjeblikbillede. Butikslukninger kan øge behovet for yderligere areal, mens

nyetableringer kan reducere behovet. De beregnede arealbehov udtrykker desuden behovet for yderligere areal ift. arealet af den eksisterende detailhandel, og evt. nyudlæg bør være afstemt med restrummeligheden i den eksisterende centerstruktur.



13 Interviews med handelslivets aktører

Handelslivet i Hedensted bymidte kan fremmes ved et stop for yderligere dagligvarebutikker uden for bymidten, ved at samle bymidtens handelsliv noget mere og ved at gøre bymidten mere indbydende for fodgængere og skabe nogle hyggelige og rare steder til at sætte sig ned og nyde en kop kaffe.

ANVENDT METODE

Der er gennemført samtaler med ejendomsmæglere og butiksudviklere om udfordringer og muligheder for handelslivet i Hedensted. Hovedpunkterne fra samtalerne er gengivet i det følgende.

ÆNDREDE RAMMEBETINGELSER

Hedensteds udviklingsmuligheder begrænses af nærheden til Vejle og Horsens og af den voksende nethandel, som alle byer er ramt af. Samtidig vokser Hedensted, og det giver grundlag for at udvikle handelslivet.

SPREDT HANDELSMILJØ

Udflytningen af Rema 1000 har fjernet kunder fra bymidten og forringet interessen for at etablere butikker i bymidten.

Butikkerne ligger for spredt i bymidten til at skabe et sammenhængende handelsmiljø, hvor den ene butik styrker den anden. Kunderne bruger butikkerne én og én og flytter ofte deres bil fra indkøb til indkøb.

BYMIDTEN ER IKKE FODGÆNGERVENLIG

Bymidten indbyder ikke til, at man går mellem butikkerne, og der mangler gode og rare opholdsrum, hvor man får lyst til at sætte sig ned, drikke en kop kaffe og se på noget pænt.

ÆNDRET EFTERSPØRGSEL

Der er en vis efterspørgsel på forretningslokaler i Hedensted bymidte – især til spisesteder, men også i nogen udstrækning til butikker. Der mangler et godt sted med bymiljø at placere spisesteder med muligheder for udeservering.

Der er enkelte tomme forretningslokaler i bymidten, men flere har ikke optimale beliggenheder. Der mangler et større udbud af velbeliggende lokaler.

Dagligvarebutikkerne vil helst placere sig uden for bymidten ligesom Rema 1000, men det vil udvande bymidten.

Der er stor efterspørgsel på ejer- og lejelejligheder med central beliggenhed i bymidten. Det kan over tid skabe mere liv og styrke det lokale kundegrundlag, og boligbyggeri på de øvre etager kan være med til at løfte butiksbyggeri i stueetagen.

KONKRETE UDVIKLINGSMULIGHEDER

Rema 1000 flyttede i 2016 fra placeringen på Bytorvet 25 i Hedensted bymidte til nye og større lokaler på placeringen ved Overholdvej i det sydvestlige Hedensted.

Udvalgsvarebutikker, herunder særligt beklædningsbutikker, er afhængige af en stor kundestrøm i form af fodgængere, der foretager spontane køb. Rema 1000's tidligere lokaler ligger ideelt placeret ved Brdr. Michaelsens Torv lige over for SuperBrugsen og Fakta, men det store lokale begrænser mulighederne for at udnytte det til nye butikker, spisesteder mv. Lejemålet er i dag udnyttet til et fitnesscenter, hvilket er positivt, da et fitnesscenter genererer en vis kundestrøm og vis aktivitet, og der er etableret flere vinduer, hvilket har åbnet facaden op mod torvet.

Det er fortsat potentiale for at aktivere torvet yderligere. Torvet kan løftes med et byrumsprojekt og ved at aktivere facaderne omkring torvet – f.eks. ved egentlig vareudstilling i vinder, bedre indkig, udendørs vareudstilling, udendørs fitness mv.

Sognegården ligger også ideelt placeret og kunne også tænkes indrettet til mindre specialbutikker, spisesteder, wellness mv.

14 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 butiksførmål 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 UDBYGNINGSRAMME/RESTRUMMELIGHED

Arealrammen for et centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i et centerområde. *Restrummeligheden/udbygningsrammen* i et centerområde beregnes ved at trække bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel eller byggeretterne i lokalplanerne omfattet af centerområdet fra arealrammen for centerområdet.

CENTEROMRÅDE

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

DAGLIGVARER OG DAGLIGVAREBUTIKKER

Dagligvarer er varer, der forbruges samtidig med at de bruges, dvs. kortvarige forbrugsgoder. Dagligvarer er f.eks. madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler og dagligvarebutikker er f.eks. supermarkeder, tankstationskiosker, apoteker og blomsterhandlere. Butikker, der har et mere end ubetydeligt salg af dagligvarer, betragtes som dagligvarebutikker, herunder også varehuse, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

DETAILHANDELSBUTIK

En detailhandelsbutik er et fast forretningssted, hvorfra der sælges varer til private. Permanente showrooms eller udstillinger af varer, hvor private kan se og evt. prøve varer, som enten kan bestilles i forretningen eller som efterfølgende kan bestilles via nettet, betragtes også som detailhandel.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

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

FORBRUGSGRUNDLAG

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*.

HANDELSBALANCE

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget 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 køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor kommunen, f.eks. pendlere eller turister. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem. Handelsbalancen kan f.eks. stige, hvis omsætningen ikke falder ligeså meget som forbrugsgrundlaget.

KUNDEGRUNDLAG

De indbyggere, hvis 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. Et oplands afgrænsning afhænger bl.a. af afstanden til andre indkøbssteder. 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*.

SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER (SPV) OG BUTIKKER MED SPV

Listen over særligt pladskrævende varegrupper i Planloven ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold, er f.eks. motor-køretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, møbler, samt ammunition og eksplosiver. Af Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår, at arealer til særligt pladskrævende varegrupper 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, 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.

UDVALGSVARER OG UDVALGSVAREBUTIKKER

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