

DEVELOPNORD A/S

UDVIDELSE AF VIBEGÅRDSCENTRET I RØNNE

DETAILHANDELSREDEGØRELSE

ADRESSE COWI A/S
Parallelvej 2
2800 Kongens Lyngby

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk



PROJEKTNR.

A234028

DOKUMENTNR.

A234028-001-001

VERSION

3.0

UDGIVELSESDATO

28.09.2021

BESKRIVELSE

Detailhandelsredegørelse

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

FRSR

GODKENDT

MRRR

INDHOLD

1	Baggrund	3
2	Formål	3
3	Datagrundlag	3
4	Redegørelseskrav	4
5	Behov for udvidelse af Vibegårdscentret	5
6	Projektområde og eksisterende plangrundlag	6
7	Trafikal tilgængelighed	8
8	Sammenhæng med kommuneplan	9
9	Center- og butiksstruktur	11
10	Omsætning i den nye detailhandel	13
11	Forbrugsgrundlag og arealbehov	14
12	Effekter for eksisterende detailhandel	25
13	Priseffekt	29
14	Oplandseffekt	30
15	Sammenfattende konsekvensvurdering	31
16	Ordforklaring	32

1 Baggrund

DevelopNord ønsker at anvende et areal ved Vibegårdscentret i Rønne til en ny stor udvalgswarebutik og har bedt COWI om at redegøre for planlægningen for et nyt aflastningsområde. I dag er der skov i projektområdet, som ligger i direkte tilknytning til Vibegårdscentret. Vibegårdscentret består af udvalgswarebutikkerne JYSK og Maxi Zoo, dagligvarebutikkerne Netto og KonditorBager samt en ubemandet tankstation.

Projektområdet 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 på Bornholm i dag. Med planlægningen for aflastningsområdet sættes rammerne for en udvikling, hvor en større del af vækstpotentialet for Bornholms detailhandel udnyttes. Det vurderes, at borgernes nethandelsandel kan reduceres, og at en større del af handlen kan holdes hjemme på Bornholm.

Projektområdet ligger i den nuværende planlægning udenfor centerstrukturen. Vibegårdscentret er udlagt som lokalcenter, og etablering af udvalgswarebutikken i projektområdet forudsætter, at der udlægges et aflastningsområde, der omfatter projektområdet og evt. områderne omfattet af det eksisterende lokalcenter, der i gives fald ophæves.

2 Formål

Med ændringerne af planlovens detailhandelsbestemmelser i 2017 er der mulighed for at planlægge for nye aflastningsområder, såfremt der kan redegøres herfor. Formålet med notatet er at tilvejebringe den nødvendige redegørelse for planlægning for aflastningsområdet, herunder at redegøre for kundegrundlaget og behovet for yderligere detailhandelsareal og at redegøre for effekterne for den eksisterende detailhandel ved etablering af den nye udvalgswarebutik. Redegørelsen er udarbejdet jf. kravene om redegørelse i planloven og Vejledning om detailhandelsplanlægning.

3 Datagrundlag

I udarbejdelsen af dette notat er der taget udgangspunkt i følgende datagrundlag:

- > Senest offentligt tilgængelige befolkningsprognose, Bornholms Regionskommunes befolkningsprognose fra 2018.
- > Detailhandelsanalysen fra 2014 med bruttoetagearealer fra 2014 og omsætningstal for 2013. Omsætningstallene er fremskrevet til 2019, som er seneste år uden påvirkning af Corona. Data om den eksisterende detailhandel er opdateret for så vidt angår væsentlige ændringer i butiksstrukturen indenfor hovedbrancherne øvrige udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper (SPV). Omsætningstal er anført i 2021-priser og inkl. moms medmindre andet er angivet.
- > Data om forbrug og indkomst fra Danmarks Statistik. I beregningen af forbrug og handelsbalancer er nethandlen trukket ud af forbruget, medmindre andet er angivet.

4 Redegørelseskrav

To sæt delvist overlappende krav om redegørelse i planloven skal opfyldes ved planlægning for et nyt aflastningsområde: De almindelige krav ved planlægning for retningslinjer til detailhandel skal opfyldes, og de særlige krav, ved planlægning for aflastningsområder, skal opfyldes.

De almindelige krav fremgår af planlovens § 11 e, stk. 4 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 fremgår af Planlovens § 11 e, stk. 6 og har følgende hovedindhold:

Der skal redegøres for kundegrundlaget, som etableringen af den nye detailhandel baseres på, det opland, som aflastningsområdet henvender sig til og hvordan udvidelsen af aflastningsområdet kan:

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

Derudover skal redegørelsen leve op til kravene i Vejledning om detailhandelsplanlægning.

4.1.1 Vejledningens trin ved redegørelse for planlægning for aflastningsområder

Det følgende er en oversigt over, i hvilke afsnit i dette notat, at Vejledning om detailhandelsplanlægnings trin ved redegørelse for planlægning for aflastningsområder behandles:

- > Step 0 - Vurdering af behov for udvidelse: Afsnit 5 og 11.
- > Step 1 - Redegørelse for kundegrundlag og opland samt vurdering af oplandseffekt: Afsnit 11 og 14.
- > Step 2 - Vurdering af aflastningsområdets forventede påvirkning af butiksforsyningen: Afsnit 12.
- > Step 3 - Vurdering af om aflastningsområdet kan styrke konkurrencen: Afsnit 13.
- > Step 4 - Sammenfattende vurdering: Afsnit 15.

5 Behov for udvidelse af Vibegårdscentret

Planloven og Vejledning om detailhandelsplanlægning fastlægger, at arealer til butikksformål først og fremmest skal udlægges i den centrale del af en by. Den historiske bymidte i Rønne er imidlertid et værdifuldt kulturmiljø med mange fredede og bevaringsværdige bygninger. Planlægningen for et aflastningsområde vil give rum til en stor butik, som kun vanskeligt kan indpasses i den tætbebyggede historiske bymidte grundet butikskædernes og forbrugernes krav om store butikker, parkering i terræn foran butikkerne, tilgængelig og sikker varetilkørsel, synlighed fra det overordnede vejnet, støjhensyn mv.

Etableringen af en stor udvalgswarebutik i Rønne bymidte vil sandsynligvis forudsætte opkøb og nedrivning af eksisterende bebyggelse – måske flere tilstødende ejendomme for derigennem at skabe den nødvendige plads til indpasningen af den nye bebyggelse. Etableringen af et nyt butikksbyggeri kan være med til at løfte Rønne bymidte, hvis bebyggelsen indpasses under hensyntagen til kulturmiljøet og eksisterende bevaringsværdig bebyggelse. Etableringen af nye store udvalgswarebutikker kan desuden være med til at styrke handelslivet gennem bredere butiksudbud og nye varesortimenter. Omvendt kan sådanne indgreb i bygningsmassen være u hensigtsmæssige ud fra et kulturarvsmæssigt perspektiv. Dels forsvinder de enkelte bevaringsværdige bygninger og dels forringes kvaliteten af det samlede kulturmiljø, som bygningerne indgår i. Selv hvis det er muligt at erhverve bygninger, der ikke er bevaringsværdige, kan indpasningen af en stor, moderne butik være vanskelig. Den historiske bebyggelsesstruktur, hvor bygningerne er fremrykket til gaden, skaber intime og hyggelige miljøer. Hensynet til denne struktur taler imod indgreb som gadegennembrud og vanskeliggør derfor etablering af tilstrækkelig parkering foran butikken, der i øvrigt skal bearbejdes arkitektonisk og visuelt for at sikre, at butikken er afstemt med omkringliggende ejendomme.

Strukturudviklingen indenfor udvalgsvarer går generelt fortsat mod en koncentration af udvalgswarehandlen i færre udbudspunkter. Samtidig sker en større andel af udvalgswareomsætningen i butikker ved det overordnede vejnet og en mindre andel i bymidterne. Udviklingen er drevet af urbaniseringen, brancheglidningen og kundernes stigende mobilitet. En stor del af kæderne, der etablerer store udvalgswarebutikker, efterspørger placeringer ved det overordnede vejnet. Det vurderes ikke realistisk, at disse butikker kan indpasses i Rønne bymidte. Hvis disse kæder skal tiltrækkes til Bornholm, vurderes det nødvendigt at planlægge for et aflastningsområde uden for bymidten.

Ét stort indkøbssted er mere attraktivt for kunderne end flere mindre indkøbssteder, og når butikkerne ligger sammen indgår de i indbyrdes synergi og konkurrence.

6 Projektområde og eksisterende plangrundlag

DevelopNord ønsker, at der tilvejebringes et plangrundlag, så der kan etableres en ny udvalgswarebutik på op til 1.550 m² ved Vibegårdscentret i Rønne. Den nye butik har et koncept og en størrelse, der ikke uden videre kan indpasses i en bymidte.

Projektområdet, hvor der ønskes mulighed for den nye udvalgswarebutik, er vist med orange på Figur 6-2. Projektområdet er et ubebygget byzoneareal omfattet af Lokalplan nr. 029, der er en temalokalplan om helårsbeboelse. Projektområdet er desuden omfattet af rammeområde 101.B.51 til boligformål. Projektområdet ligger uden for centerstrukturen, og der er i dag ikke mulighed for etablering af detailhandel i projektområdet.

Vibegårdscentret er omfattet af Lokalplan nr. 56 med en arealramme til detailhandel på 3.000 m², rammeområde 101.C.09 til centerformål og et centerområde i form af et lokalcenter med en arealramme til detailhandel på 3.000 m². Den eksisterende detailhandel i lokalcentret har ifølge BBR et samlet erhvervsareal på 3.325 m². Den eksisterende detailhandels præcise bruttoetageareal er sandsynligvis mindre, da nogle arealer jf. planlovens § 5 t kan fradrages bruttoetagearealer.

Etableringen af den nye udvalgswarebutik på op til 1.550 m² forudsætter, at der udlægges et nyt aflastningsområde, der omfatter projektområdet og evt. også det gældende lokalcenter. Lokalcentret overgår da til at udgøre en del af aflastningsområdet, og som i givet fald har en arealramme til detailhandel på 4.875 m² fordelt med 1.345 m² til dagligvarer og 3.530 m² til udvalgsvarer, herunder SPV.

EKSISTERENDE OG NY DETAILHANDEL				
Butik	Hovedbranche	Bruttoetageareal	Deltotal	Total
Netto	Dagligvarer	1.022 m ²	1.345 m ²	4.875 m ²
KonditorBager	Dagligvarer	323 m ²		
JYSK	Øvrige udvalgsvarer	1.350 m ²	3.530 m ²	
Maxi Zoo	Øvrige udvalgsvarer	630 m ²		
Ny butik	Øvrige udvalgsvarer	1.550 m ²		

Tabel 6-1. Eksisterende bruttoetagearealer ifølge BBR.

Det vurderes, at det også vil være muligt i stedet at fastholde det gældende lokalcenter og i stedet udlægge et aflastningsområde, der kun omfatter projektområdet, idet de to centerområder i lovens forstand betjener forskellige oplande. I så fald må rammeområdet i kommuneplanlægningen – ligesom centerområdet – ikke omfatte lokalcentret.



Figur 6-1 Det gældende lokalcenter, der omfatter Vibegårdscenret, er vist med grønt. Projektområdet er vist med orange. Det nye aflastningsområde vil omfatte det grønne og orange område.



Figur 6-2 Gældende centerstruktur i Rønne. Vibegårdscenret ligger på det nordøstlige hjørne af Åkirkebyvej og Østre Ringvej og er markeret med orange pil.

7 Trafikal tilgængelighed

Projektområdet ligger ved det overordnede vejnet med god synlighed fra rundkørslen Åkirkebyvej/Søndre Ringvej-Østre Ringvej og er kendetegnet ved en høj fremkommelighed og god tilgængelighed for bilister. Der er godt 100 bilparke-ringspladser ved Vibegårdscen-tret i dag.

Årsdøgns trafikken på Åkirkebyvej blev målt til ca. 8.225 vest for Sagavej og In-dustrivej i 2017 og til ca. 4.850 øst for Teknologivej i 2021. Der er ingen nyere målinger direkte ved projektområdet, men ÅDT blev målt til ca. 10.625 i rundkørs-lens østlige ben direkte ved projektområdet i 2013. På Østre Ringvej, ca. 900 m nord for rundkørslen, blev årsdøgns trafikken målt til ca. 3.275 køretøjer i 2015. Tallene viser, at mange bilister dagligt kører forbi projektområdet.

Der er flere busstoppesteder indenfor afstande på 50-250 m fra Vibegårdscen-tret. På tidspunktet for dette notats udarbejdelse har bus nr. 5, 6, 9, 21 og 10 afgang fra stoppestederne.

Der er cykel- og gangsti langs Åkirkebyvej, der forbinder projektområdet med bl.a. Rønne bymidte mod vest og Aakirkeby mod øst. Der er også cykel- og gangsti langs Østre Ringvej, der forbinder projektområdet med den nordlige del af Rønne. Der er ingen cykelsti eller fortov langs Søndre Ringvej, som leder ud af Rønne.

Projektområdet er tilgængeligt for rejsende med kollektiv transport og cyklister og gående, men projektområdets placering ved udkanten af byen betyder, at det fortrinsvist henvender sig til kunder i bil. Projektområdet er kendetegnet ved særlig god tilgængelighed og fremkommelighed for bilister.

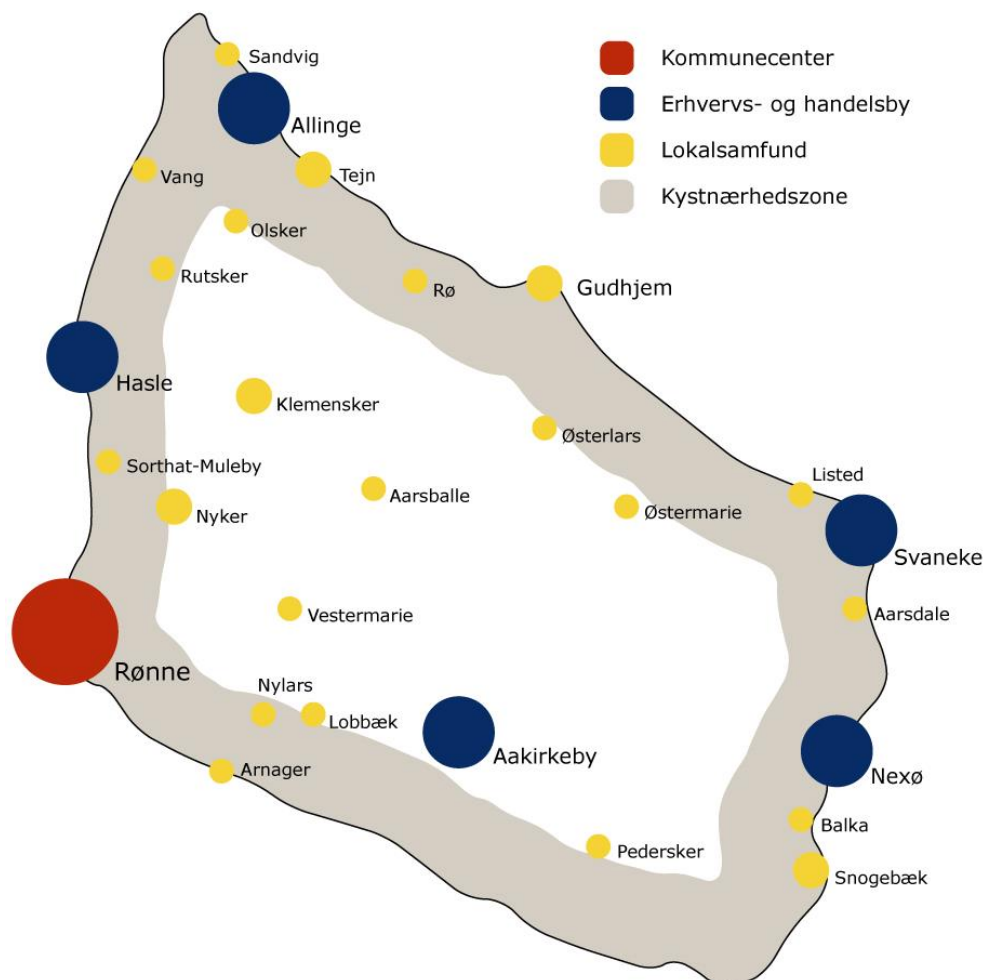
8 Sammenhæng med kommuneplan

I det følgende beskrives sammenhængen mellem planlægningen for aflastningsområdet og hhv. hovedstruktur og mål i kommuneplanen.

8.1 Sammenhæng med hovedstruktur

Med godt 14.000 borgere eller omkring en tredjedel af Bornholms borgere er Rønne den langt største by på øen. I Rønne findes et bredt udbud af arbejdspladser og offentlig og privat service. Rønne er øens trafikknudepunkt, og byen rummer forskellige regionale servicefunktioner, som henvender sig til hele øens befolkning. Rønne har siden kommunesammenlægningen i 2003 fungeret som øens kommunecenter.

Rønne er vokset i betydning som handels- og turistby. Byens detailhandel er mestendels koncentreret i området omkring centrum, herunder arealer ved St. Torv og Lille Torv, ved St. Torvegade og Snellemark. Jævnfør kommuneplanen findes kun meget få muligheder for at foretage en decideret udbygning af det snævert afgrænsede bycenter i Rønne.



Figur 8-1 Hovedstruktur for by- og land jf. Kommuneplan 2020.

Rønne er Bornholms hovedhandelsby, og vurderes ud fra et markeds-mæssigt perspektiv at være det mest relevante lokaliseringssted for store udvalgswarebutikker. Rønnes by- og butiksstruktur medfører, at store udvalgswarebutikker med fordel kan søges placeret i bestemte områder, herunder ved Vibegårdscen-tret. Dermed skabes rammerne for klyngedannelse og udbudspunkter med til-strækkelig kritisk masse for at imødegå den voksende konkurrence fra nethand-len.

Det vurderes samlet set, at planlægningen for et aflastningsområde ved Vibe-gårdscen-tret for at muliggøre en stor udvalgswarebutik er i overensstemmelse med hensigten i kommuneplanens hovedstruktur.

8.2 Sammenhæng med mål

I Kommuneplan 2020 for Bornholms Regionskommune er der angivet følgende mål for detailhandlen:

Forsyningen med detailhandel skal være god og dækkende på hele øen med så-vel dagligvarer som udvalgsvarer til gavn for både fastboende og turister.

Hensigten med planlægningen er af muliggøre etableringen af en ny stor ud-valgswarebutik. Placeringen er attraktiv for en række udvalgswarekæder, der ikke findes på Bornholm i dag, og det påtænkes netop at etablere en udvalgsva-rebutik, som i dag ikke findes på Bornholm. Den nye udvalgswarebutik vil med sit koncept og varesortiment styrke Rønne som hovedcenterby på Bornholm og give borgerne på hele Bornholm adgang til et større butiks- og vareudbud.

Den decentrale udvikling af dagligvarehandlen skal fremmes, idet det vurderes, at opretholdelse af dagligvarebutikker i mindre lokalsamfund først og fremmest forudsætter, at borgerne benytter de lokale butikker.

Der gives ikke mulighed for yderligere dagligvarehandel som led i planlægningen for aflastningsområdet.

Det vurderes samlet set, at planlægningen for et aflastningsområde ved Vibe-gårdscen-tret er i overensstemmelse med målene for detailhandlen, som angivet i Kommuneplan 2020 for Bornholms Regionskommune.

9 Center- og butiksstruktur

I det følgende beskrives omfanget af de eksisterende butikker med udvalgsvarer og SPV på Bornholm og i Rønne.

Detailhandelsanalysen fra 2014 angiver omfanget af den eksisterende detailhandel. Oplysninger om den eksisterende detailhandel er i 2020 i samarbejde med Bornholms Regionskommune opdateret for så vidt angår væsentlige ændringer i butiksstrukturen indenfor hovedbrancherne udvalgsvarer og SPV. Udvalgsvareromsætningstal i detailhandelsanalysen er fremskrevet til 2019-niveau som grundlag for nærværende redegørelse.

Den eksisterende centerstruktur i Rønne består af bymidten, fire lokalcentre og et område til butikker med SPV, som vist på Figur 6-2.

9.1 Bruttoetageareal og antal butikker

Rønne er med ca. 50 % af udvalgsvarerbutikkerne det største udbudspunkt på Bornholm. Overordnet set er udvalgsvarerhandlen i Rønne karakteriseret ved, at de mindre udvalgsvarerbutikker, herunder beklædningsbutikkerne, ligger i bymidten mens de større udvalgsvarerbutikker, herunder butikkerne med hus-, have- og fritidsudstyr, ligger uden for bymidten. Udvalgsvarerbutikkerne omkring Store Torv er suppleret med Snellemark Centret i den vestlige del af bymidten.

En række store udvalgsvarerbutikker som IDEmøbler, thansen, Punkt1 og HTH Køkkener samt en række bilforhandlere ligger ved rundkørslen Åkirkebyvej-Zahrtmannsvej. I Vibegårdscentret ligger JYSK og Maxi Zoo. Butikkerne vurderes at fungere som aflastning og supplement til bymidtens mere strøgorienterede butiksudvalg og mindre butiksenheder.

BRUTTOETAGEAREAL 2013							
BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER	PLADSKR. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGGERE
	M²	M²	M²	M²	M²	%	%
RØNNE	10.700	7.600	20.500	5.700	44.200	51%	34%
NEXØ	3.900	1.600	7.300	2.400	15.200	18%	9%
ÅKIRKEBY	4.000	600	2.000	700	7.100	8%	5%
ALLINGE	2.500	200	500	1.000	4.100	5%	4%
HASLE	1.900	300	700	0	2.700	3%	4%
SVANEKE	1.200	600	700	0	2.400	3%	3%
GUDHJEM	600	100	500	0	1.000	1%	2%
SNOGEBÆK	500	0	200	0	700	1%	2%
ØSTERMARIE	1.000	0	300	200	1.300	2%	1%
KLEMENSKER	1.300	200	0	0	1.400	2%	1%
NYKER	600	0	0	100	700	1%	2%
ØSTERLARS	600	0	300	0	900	1%	1%
TEJN	700	0	0	0	700	1%	2%
PEDERSKER	900	0	0	0	900	1%	1%
VESTERMARIE	700	0	0	0	700	1%	1%
BORNHOLM I ØVRIGT	300	1.200	900	200	2.500	3%	30%
I ALT	30.700	12.100	33.400	10.200	86.000	100%	100%

BRUTTOETAGEAREAL ET OMFATTER BUTIKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, MEN FRATRUKKET PERSONALERUM OP TIL 200 M². I ALLE OPSUMMERINGER ER AREALERNE AFRUNDET TIL HELE 100 M².
AREAL ET AF VAREHUSE SOM KVIKLY ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.

Tabel 9-1 Eksisterende bruttoetagearealer og andele af indbyggere opgjort i 2013.

Tabel 9-1 viser bl.a., at ca. 60 % af bruttoetagearealet inden for øvrige udvalgsvarer og SPV findes i Rønne.

9.2 Omsætning

Omsætningen inden for udvalgsvarer for Bornholm er, under forudsætning af en stabil handelsbalance, beregnet til i størrelsesordenen 825 mio. kr. i 2019.

UDVALGSVAREOMSÆTNING I MIO. KR. PÅ BORNHOLM I 2019			
Område	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer**	Udvalgsvarer
Rønne bymidte	*	142	*
Rønne i øvrigt	*	214	*
Nexø	36	122	158
Bornholm i øvrigt	49	121	170
<i>Bornholm i alt</i>	<i>225</i>	<i>599</i>	<i>824</i>
*Kan ikke oplyses af anonymitetshensyn. **Omsætningen i butikker med SPV, der ikke er forhandlere af motorkøretøjer, indgår i øvrige udvalgsvarer.			

Tabel 9-2 Omsætningen i detailhandlen på Bornholm i 2019.

9.3 Handelsbalance

For Bornholm var handelsbalancen, også kaldt dækningsgraden, for beklædning 107 % i 2013, mens handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer var 105 %. Det svarede til et handelsoverskud for udvalgsvarer på ca. 50 mio. kr. Handelsbalancen for beklædning og øvrige udvalgsvarer for Rønne med opland var hhv. 139 % og 127 % i 2013. Overskuddet udtrykker Rønnes rolle som hovedcenterby på Bornholm.

På baggrund af ændringerne i butiksstrukturen vurderes det, at handelsbalancen for beklædning fortsat ligger på et niveau på omkring 107 %, mens handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er faldet til et niveau omkring 100 %.

10 Omsætning i den nye detailhandel

Konkret er der ønske om etablering af én ny stor udvalgswarebutik på op til 1.550 m².

Der er ønske om, at der for aflastningsområdet fastsættes en minimumsbutiksstørrelse på 750 m² pr. ny udvalgswarebutik, herunder også for nye butikker med SPV. Udvalgswarebutikkerne i Rønne bymidte er gennemsnitligt ca. 265 m². Minimumsbutiksstørrelsen vil sikre en rollefordeling mellem Rønne bymidte og aflastningsområdet.

Ud fra kendskab til det konkrete butikskoncept vurderes det, at den nye butik vil opnå en arealintensitet på ca. 40.000 kr. pr. m² pr. år og en omsætning på ca. 60 mio. kr. pr. år.

11 Forbrugsgrundlag og arealbehov

I det følgende redegøres for kundegrundlaget, som den nye detailhandel baseres på, den forventede udvikling i privatforbruget, og hvordan dette samlet set påvirker forbrugsgrundlaget for udvalgsvarehandlen på længere sigt.

11.1 Forudsætninger og metode

Udviklingen i forbrugsgrundlaget på Bornholm har betydning for detailhandlen. Særligt udviklingen i indbyggertallet, turismen 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.

Afhængigt af udviklingen i privatforbruget, væksten i nethandlen mv. kan der forventes alt mellem et større behov for areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et detailhandelsareal, der er mindre end det nuværende.

Udviklingerne i indbyggertallet, privatforbruget, nethandlen, handelsbalancen og omsætningen pr. m² er hver især forbundet med usikkerheder, og der er derfor opstillet et minimums- og maksimumsscenario for udviklingen i borgernes forbrug i de fysiske butikker. Scenarierne beskriver udviklingen frem mod 2030.

11.2 Svag stigning i indbyggertallet på Bornholm

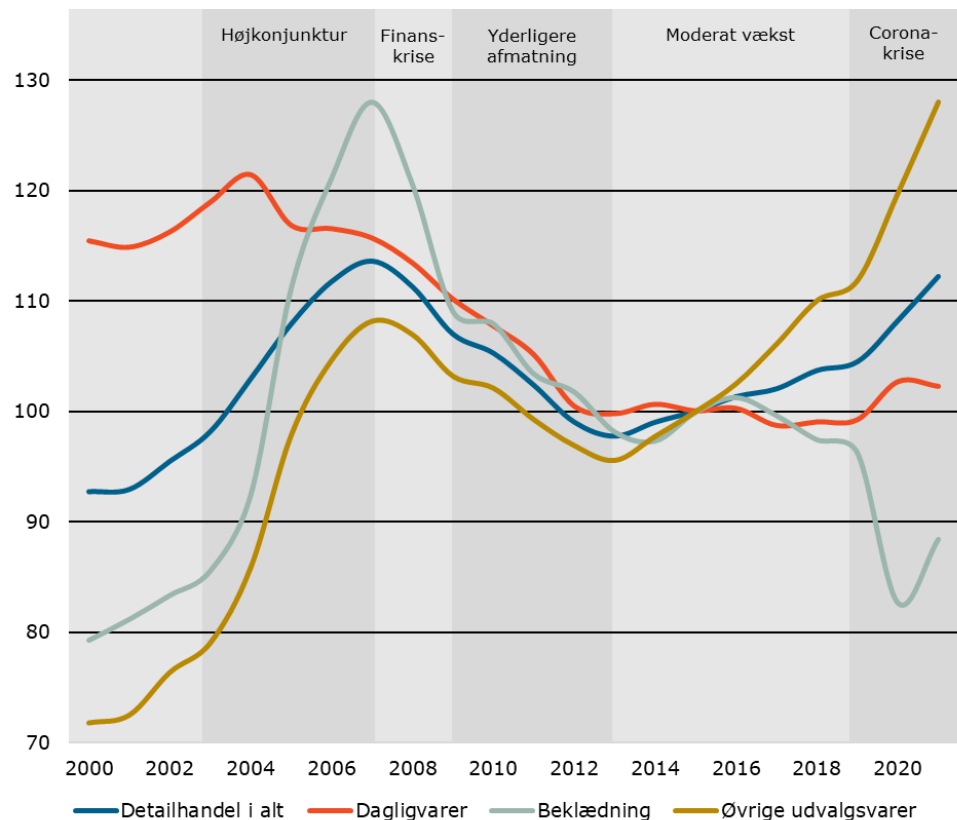
Af Kommuneplan 2020 fremgår at antallet af borgere i Rønne faldt fra ca. 14.000 til ca. 13.600 i perioden 2006-2015. Befolkningstallet fulgte i Rønne med den generelle tendens på hele øen. Derefter vendte udviklingen i Rønne i modsætning til resten af øen og befolkningstallet er steget til ca. 13.750. Befolkningstallet stiger mere i Rønne end på Bornholm som helhed, hvor tallet kun er stagneret til svagt stigende. Det forudses, at tendensen i Rønne vil fortsætte hen imod 2032. Antallet af børn og unge i Rønne har været faldende siden 2006, men tendensen forventes at vende frem mod 2032. Mens antallet af borgere i den arbejdsdygtige alder i Rønne forventes at være nogenlunde stabilt, forventes antallet af seniorer og pensionister at stige over tid.

Der bor ca. 39.570 borgere på Bornholm. Ifølge Bornholms Regionskommunes Befolkningsprognose 2018-2030 vil indbyggertallet for Bornholm stort set ikke ændre sig frem mod 2030. Der forventes if. prognosen en svag stigning på ca. 320 borgere eller ca. 1 %. Indbyggertallet i Rønne forventes at stige fra ca. 13.750 borgere til 14.540 borgere eller ca. 6 % frem mod 2030.

11.3 Stigende privatforbrug

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

- > Samlet set faldt omsætningen i detailhandlen på landsplan med ca. 8 % fra 2007 til ultimo 2019. Omsætningen lå i 2019 lidt under niveauet i 2005 ¹.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche, og tilbagegangen i perioden 2007-2019 var størst indenfor beklædning, hvor omsætningen faldt med knap 25 % på landsplan.
- > Omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer steg med ca. 3 % i perioden 2007-2019. Øvrige udvalgsvarer lå efter en stor stigning i perioden 2013-2019 over niveauet i 2007, hvor forbruget var på sit hidtil højeste.



Figur 11-1 Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i årsgennemsnittet i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og prisudvikling, frem til august 2020. 2015 er indeks 100.

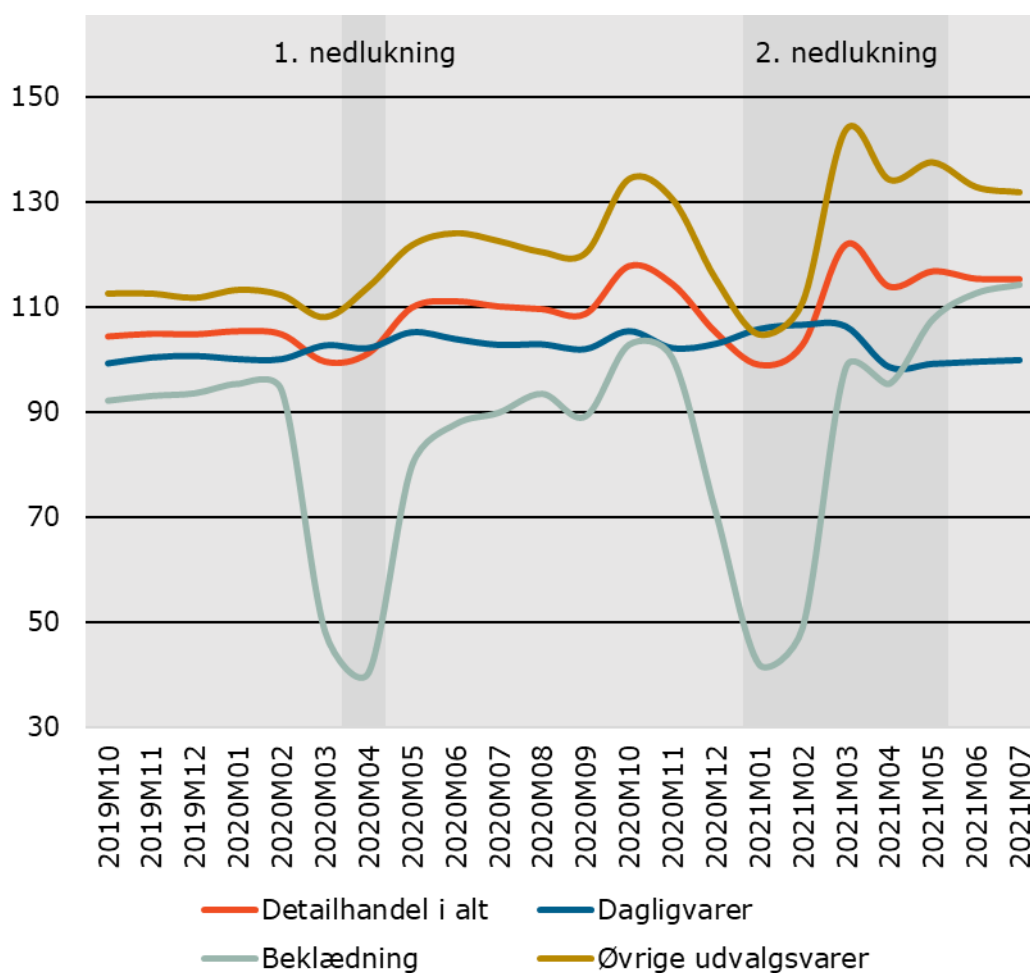
Udviklingen i detailomsætningsindekset viser, at omsætningen af udvalgsvarer som f.eks. elektronik, biludstyr, møbler, køkkener og fritidsudstyr i landets fysiske butikker og danske netbutikker aldrig har været højere. Den samlede omsætning af øvrige udvalgsvarer nåede i 2019, efter næsten uafbrudt vækst siden 2013, et niveau væsentligt højere end før finanskrisen. Sammenlignet med 2013, hvor omsætningen nåede et lavpunkt, er der tale om en stigning på 21 %.

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

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 indenfor beklædning faldet med ca. 13 %. Det er dermed alene omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer, der har båret væksten på ca. 8 % i omsætningen i perioden 2013-2019. 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.

Udviklingen i forbrugsgrundlaget i oplandet er ikke kun styret af konjunkturerne, men også det stigende indkomstniveau på Bornholm.

Coronakrisen har i væsentlig grad påvirket omsætningen i detailhandlen, men udviklingen har været forskellig indenfor brancherne. Figur 11-2 viser udviklingen i omsætningen i detailhandlen og de danske netbutikker de seneste knap 2 år, herunder under nedlukningerne som følge af Corona, og efter genåbningerne.



Figur 11-2 Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation, i perioden oktober 2019 – juli 2021. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.

Mest markant har udviklingen været indenfor 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 indenfor beklædning ligger, har været lukket i en længere periode,
- > at de udenlandske turisters forbrug er udeblevet,
- > at forbrugerne ikke har haft samme behov for køb af beklædning grundet hjemmearbejde og
- > at retningslinjerne for social afstand har sat begrænsninger på mulighederne for at prøve tøj.

De store fald indenfor beklædning blev efterfulgt af endnu større stigninger. Forklaringerne kan være:

- > Et opsparet forbrug, som blev udløst med genåbningerne,
- > udbetaling af indefrosne feriepenge ad to omgange og
- > generel optimisme i takt med genåbningen af samfundet.

Det øvrige udvalgsvareforbrug er også steget, og har nået et rekordhøjt niveau. Forklaringerne kan være de samme som stigningerne indenfor beklædning, men derudover også at:

- > Mange borgere har udnyttet den megen tid hjemme til gør-det-selv projekter, og at byggemarkeder og plantecentre i vid udstrækning ikke har været lukkede.

Samlet vurdering af udvikling i privatforbrug

Indenfor en 12-årig planperiode forventes det, at privatforbruget vil vokse – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen er vendt, og at der igen bruges flere penge.

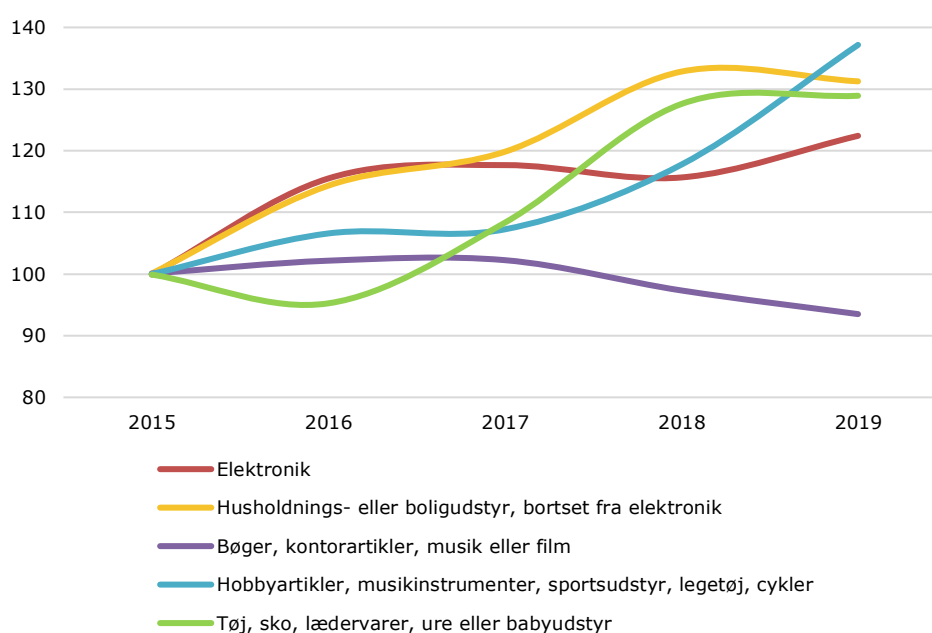
11.4 Udvikling i nethandel

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. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronik og bøger. Andelen af nethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af elektronik, bøger og børnetøj købt online, mens andelen af dagligvarer, der købes online, fortsat er lav.

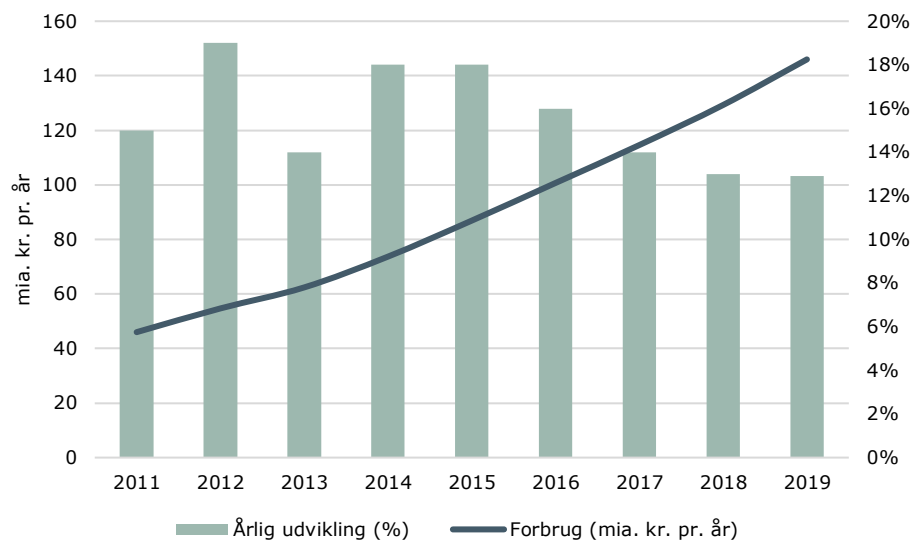
Samlet set er den øgede nethandel til ulempe for detailhandlen, som taber markedsandele til nethandlen, men udviklingen er ikke helt entydig. Hvis forbrugsvæksten online primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet fysiske

butikker eller 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 eller et showroom, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til at øge behovet for butiksareal eller medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker.

Netbutikker har behov for god logistikmæssig lokalisering, f.eks. i erhvervsområder nær det overordnede vejnet og til en lav leje. Der er mange eksempler på, at der over tid indrettes et mindre butiksudsnit med lagersalg i tilknytning til netbutikken. Samtidig kan netbutikker have behov for showrooms på mere centrale placeringer for at eksponere sig selv overfor en kundenstrøm.



Figur 11-3 *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. 2015 er indeks 100.*

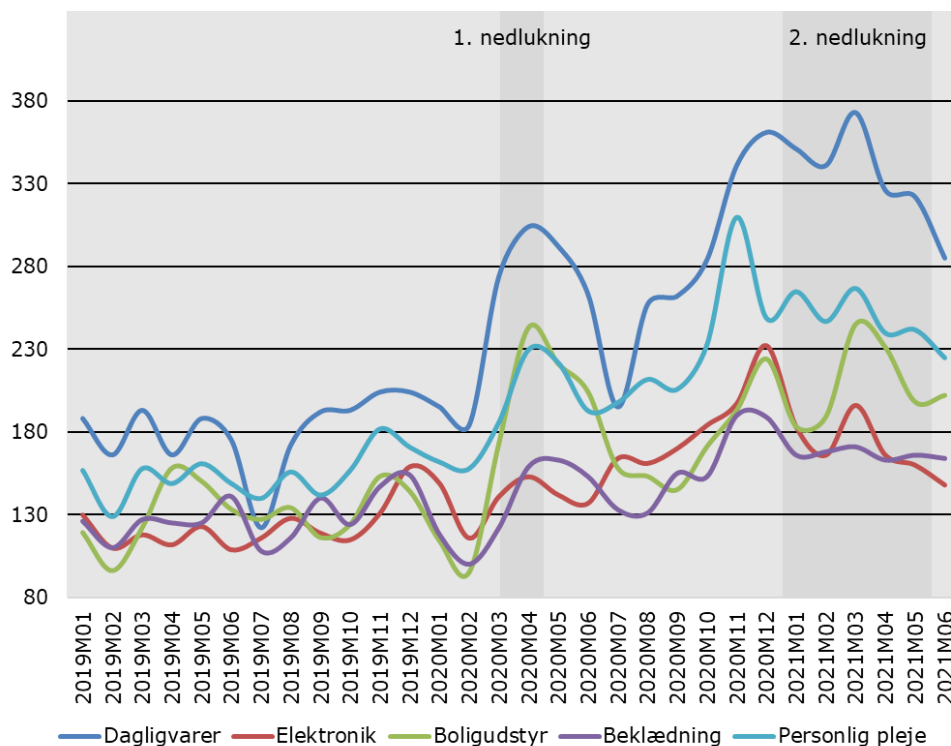


Figur 11-4 *Udviklingen i danskernes forbrug online over de sidste knap 10 år. Varer udgør ca. 37 % af forbruget. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).*

Effekter af Corona

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 under første nedlukning blev efterfulgt af et omtrent næsten lige så stort fald. For dagligvarer kan stigningen i efteråret skyldes, at forbrugerne igen har modtaget måltidskasser efter sommerferien, mens stigningen i november og december i høj grad kan henføres til julehandlen.



Figur 11-5 Udviklingen i omsætning i danske netbutikker. Detailomsætningsindeks efter branche, med indeks 2015 = 100. DST.

Samlet vurdering af udvikling i nethandel

Samlet set viser tallene, at mens mange forbrugere og detailhandlere har gjort sig flere erfaringer med nethandel, så har den stærkt øgede nethandel været midlertidig indenfor de fleste brancher.

Det er endnu for tidligt at vurdere betydningen af stigningen i nethandlen, herunder i hvilket omfang de øgede nethandelsandele fastholdes eller om nethandelsandelen falder lidt for derefter at lægge sig lidt over niveauet før krisen. Udviklingen på længere sigt vil i høj grad afhænge af den teknologiske udvikling og danskernes forbrugssvaner. Både inden for dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer forventes en væsentlig vækst i nethandlen. Væksten vil skabe mulighed for nye forretningsmodeller og virksomheder med både fysiske butikker, showrooms og netbutikker, mens væksten i nethandlen vil reducere behovet for andre typer fysiske butikker.

Bornholmernes nethandel er opgjort ved at tage udgangspunkt i landsgennemsnittet og lægge ca. 10-20 % til. Det vurderes, at nethandlen på Bornholm er større end landsgennemsnittet pga. rejsetiderne til større indkøbsbyer og butikcentre.

I maksimumsscenarioet er det forudsat, at nethandlen kun stiger svagt, svarende til en svagere vækst end i de forgangne år, mens det i minimumsscenarioet er forudsat at nethandlen forsætter sin kraftige vækst.

11.5 Udvikling i handelsbalance

Handelsbalancen er 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 et handelsoverskud, mens en handelsbalance under 100 % udtrykker et handelsunderskud. Handelsbalancen for hhv. beklædning og øvrige udvalgsvarer på Bornholm i 2019 er vurderet til ca. 107 % og ca. 100 %.

11.5.1 Udvikling i turisme

Turismen har stor betydning for handelsbalance for Bornholm. Vækst i turismen vil medføre en øget turismeafledt omsætning i detailhandlen og øgede handelsbalancer.

I årene op til Coronakrisen voksede turismebranchen, hvilket kan aflæses i en stigning i antallet af turister og et højere forbrug pr. turist. Antallet af årlige kommercielle overnatninger på Bornholm steg således med ca. 188.000 eller 13 % i perioden 2017-2019. Den samlede stigning udtrykker en stigning i antallet af kommercielle overnatninger for danske og udenlandske på hhv. 14 % og 10 %. Desuden viser VisitDenmarks nyeste tal for turisternes døgnforbrug, at det gennemsnitlige døgnforbrug for danske og udenlandske kyst- og naturturister i Danmark steg fra ca. 500 kr. til godt 700 kr. i perioden 2014-2017.

Coronakrisen har imidlertid medført et pludseligt og markant fald i antallet af overnatninger – også på Bornholm. Antallet af kommercielle overnatninger på Bornholm faldt med ca. 90.000 eller ca. 5 % fra 2019 til 2020. Den samlede udvikling dækker over, at antallet af kommercielle overnatninger for udenlandske turister faldt med knap 40 %, mens antallet af kommercielle overnatninger for danske turister steg med knap 20 %.

Om den positive udvikling i turismen op til Coronakrisen vil vende tilbage med fornyet kraft, er vanskeligt at vurdere. Globalt set er antallet af internationale turister steget forholdsvist jævnt i en periode på omtrent 30 år og op til Coronakrisen. For Bornholm er det særligt i de senere år op til Coronakrisen, at der er sket stor vækst. På den baggrund forventes en normalisering og en efterfølgende vækst efter Coronakrisen. Analytikere peger eksempelvis på, at den internationale flytrafik for så vidt angår privatrejsende kan være tilbage på 2019-niveau omkring 2023.

En fortsat vækst i turismen vil påvirke detailhandlen på Bornholm positivt. Flere udenlandske turister vil betyde en stigning i antallet af kunder, der køber varer som især tøj og sko, der kan have med under armen. Flere danske turister vurderes at medføre et øget forbrug i udvalgsvarehandlen mere generelt, herunder også i store udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper – f.eks. ifm. køb af hus-, have- og fritidsudstyr til sommerhuset.

11.5.2 Samlet vurdering af udvikling i handelsbalance

Bornholms Regionionskommunes og handelslivets engagement i udviklingen af detailhandlen og kundeorienterede erhverv har også betydning for handelsbalancerne. Strategisk lokalisering af store dagligvarebutikker, udvikling af et

attraktivt bymiljø, fortætning af bymidterne med flere boliger, en indsats for at styrke butiksudbuddet ved aktiv kontakt til manglede kæder og små specialbutikker mv. er eksempler på tiltag, der er med til at sætte rammerne for detailhandlens udvikling. Etableringen af den nye udvalgswarebutik vil i sig selv bidrage til en stigning i handelsbalancen.

I maksimumsscenariet er det forudsat, at handelsbalancen stiger til ca. 110 %.

11.6 Udvikling i arealintensitet

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. I beregningerne er det forudsat, at omsætningen pr. m² vil være uændret.

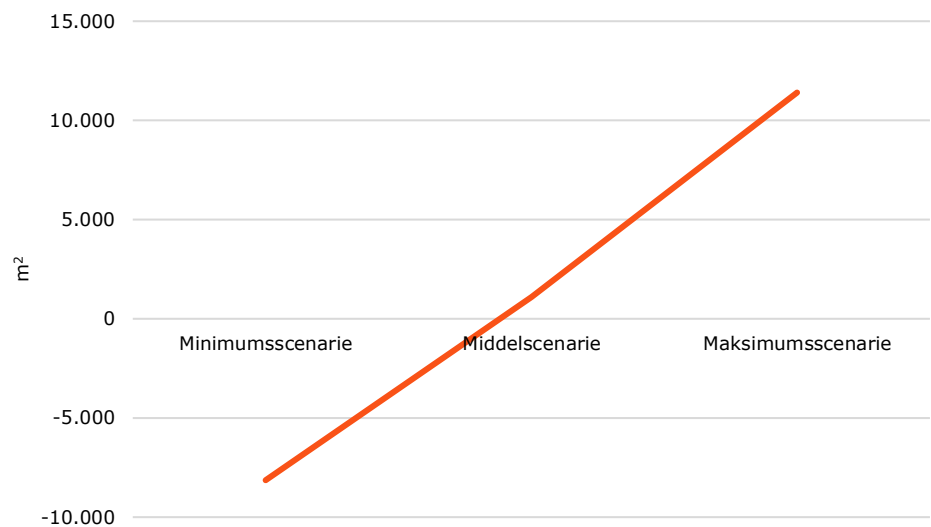
11.7 Samlet vurdering af behov for yderligere areal

Samlet set viser beregningerne, at forbrugsvæksten og arealbehovet i scenarierne bliver ganske forskellige. Det skyldes især udviklingen i nethandlen og privatforbruget, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem over en længere årrække. Tal for nethandlen før Corona viste en aftagende vækst i nethandlen, dvs. at nethandlen fortsat voksede, men ikke lige så hurtigt som tidligere. De seneste tal for nethandlen under og efter Corona viser store udsving, der ikke udtrykker en normalsituation, og som ikke kan lægges til grund for langsigtet planlægning. De seneste tal for detailhandelsomsætningsindekset viser en kraftig vækst for øvrige udvalgsvarer – både før under og efter Corona.

Minimums- og maksimumsscenariet angiver tilsammen et spænd for, hvad der anses som realistiske udviklinger. Resultatet af middelscenariet er, at de nuværende beklædnings- og udvalgswarebutiksarealer omtrent vil matche arealbehovet i 2030. Afhængig af om udviklingen vil læne sig op ad minimums- eller maksimumsscenariet, vil udvalgswarehandlen i 2030 kunne ske på et areal der er mellem ca. 8.100 m² mindre end det nuværende eller 11.400 ca. m² større end det nuværende.

Det bemærkes, at de beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjebliksbillede. Ændringer i forbruget udmøntes også i ændret omsætning i eksisterende butikker. Samtidig medfører ændringer i forbruget også 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 derved at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

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



Figur 11-6 Behov for yderligere udvalgswarebutiksareal i m² frem mod år 2030.

11.8 Behov for yderligere areal til butikker med SPV

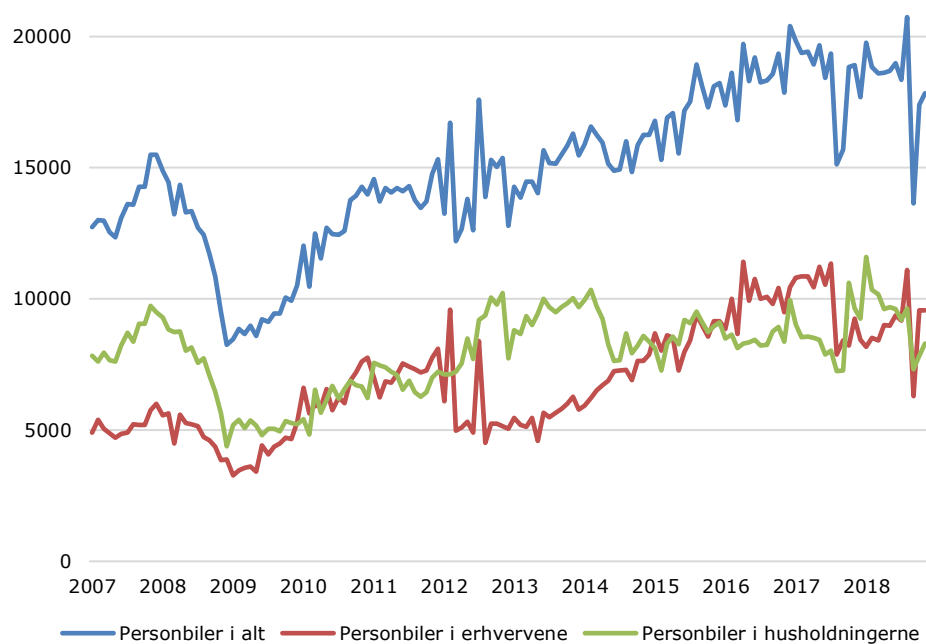
Det er forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til nye butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Ifølge praksis fastlægger kommunerne i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særlig pladskrævende varer. Med den nye planlov er definitionen af særlig pladskrævende varer opblødt en anelse.

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

Det vurderes, at i størrelsesordenen ca. en tredjedel af behovet for yderligere øvrige udvalgswarebutikker i maksimumscenariet vil kunne imødekommes i form af butikker med særlig pladskrævende varegrupper, der også sælger øvrige udvalgsvarer.

11.9 Behov for areal til forhandlere af motorkøretøjer

Forhandlere af motorkøretøjer, som f.eks. bilforhandlere, er ofte kendetegnet ved et stort bruttoetageareal. Det er vanskeligt at vurdere udviklingen i arealbehovet for forhandlere af motorkøretøjer, da denne butikstype appellerer til et stort opland og kan variere meget afhængig af f.eks. salg af brugte eller nye biler, bredt eller smalt sortiment, detailsalg i samme butik som engrossalg mv. I det senere år er der sket stigende klyngedannelse indenfor bilforhandlere, hvilket i sig selv vurderes at medføre et behov for yderligere areal. En vækst i forbruget på biler kan derfor medføre et stort behov for yderligere areal. Som det fremgår af diagrammet nedenfor, så har bilsalget været opadgående i en længere årrække. Hvis udviklingen fortsætter, vil der være behov for yderligere areal til butikker med særlig pladskrævende varegrupper.



Figur 11-7 Den sæsonkorrigerede udvikling i antal nyregistrerede personbiler i perioden 2007-2018.

12 Effekter for eksisterende detailhandel

I beregningen af effekterne er der taget udgangspunkt i, at der etableres én elektronikbutik på 1.550 m² med en omsætning på ca. 60 mio. kr. i 2021.

12.1 Metode

Den nye butik vil hente omsætning fra andre egentlige elektronikbutikker og fra butikker med salg af elektronik.

Effekterne for den eksisterende udvalgsvarerhandel er vurderet på kort sigt, dvs. for et scenarie hvor den nye butik åbner inden for en kort tidshorisont. I beregningerne er det forudsat, at den eksisterende butiksstruktur vil være uændret.

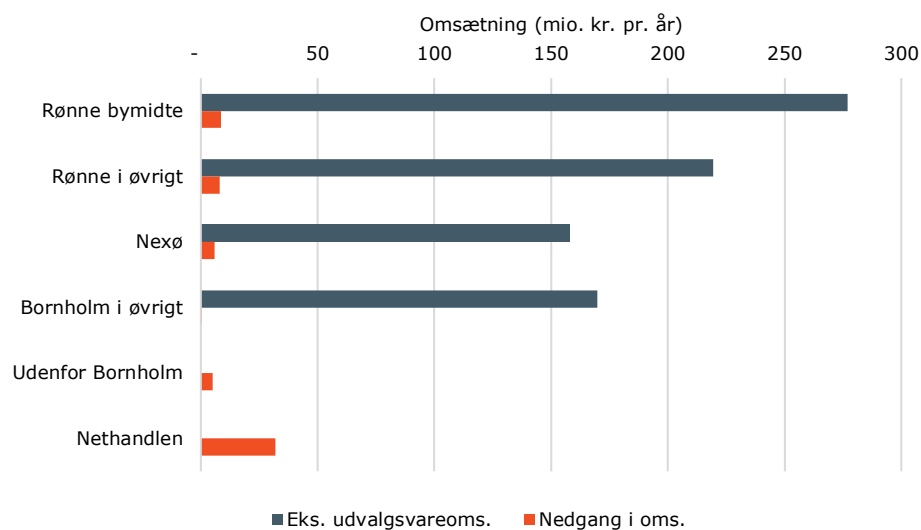
Effekterne for den eksisterende udvalgsvarerhandel er udtrykt som omsætningsnedgange i absolutte tal og i procent. En lille omsætningsnedgang i kr. og ører kan have stor effekt målt i procent for en lille butik. Omvendt kan en stor omsætningsnedgang have en lille effekt i procent for en stor butik. I praksis afhænger effekten af, hvor robust den enkelte butik er overfor omsætningsnedgang. De beregnede effekter er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.

12.2 Konsekvensvurdering

Der er gennemført en screening af Bornholm og kortlagt 8 egentlige elektronikbutikker, hvoraf hovedparten ligger i Rønne, og et yderligere mindre antal butikker med mere end ubetydeligt salg af elektronik.

Det vurderes, at den nye butik vil hente:

- > ca. 14 % af sin omsætning eller ca. 9 mio. kr. pr. år fra Rønne bymidte svarende til en omsætningsnedgang på ca. 3 %. I Rønne bymidte ligger der en håndfuld elektronikbutikker samt butikker med salg af elektronik.
- > ca. 13 % af sin omsætning eller ca. 8 mio. kr. pr. år fra Rønne by i øvrigt svarende til en omsætningsnedgang på ca. 4 %.
- > ca. 10 % af sin omsætning eller ca. 6 mio. kr. pr. år fra Nexø svarende til en omsætningsnedgang på ca. 4 %.
- > under 1 % af sin omsætning eller op til 1 mio. kr. pr. år fra det øvrige Bornholm svarende til en ikke-mærkbar omsætningsnedgang.
- > ca. 8 % af sin omsætning eller 5 mio. kr. pr. år fra butikker uden for Bornholm. Effekterne vil være spredte og begrænsede.
- > ca. 53 % af sin omsætning eller ca. 32 mio. kr. pr. år fra nethandlen. Det vurderes, at Bornholmerne køber elektronik for i størrelsesordenen 150 mio. kr. pr. år, og at over halvdelen af forbruget lægges i netbutikker.



Figur 12-1 Effekter for den eksisterende udvalgswarehandel.

12.3 Afledte effekter for detailhandel

Den nye udvalgswarebutik, som er væsentlig forskellig fra de eksisterende butikker i Vibegårdscentret, vil generere en større kundestrøm til området, og vil derfor være til fordel for de eksisterende butikker i området. Nogle kunder vil på ture til den nye butik vælge også at besøge andre butikker i aflastningsområdet, som de ellers ikke ville have besøgt.

Forudsættes et gennemsnitligt forbrug på ca. 1.000 kr. pr. tur til den nye udvalgswarebutik, så svarer det til i alt ca. 165 ture til og fra butikken pr. dag. Kundeinterviewundersøgelser gennemført af COWI i andre byer har vist, at borgerne i de mest attraktive bymidter, hvor der er et stort og samlet udbud af dagligvare- og udvalgswarebutikker, køber både dagligvarer- og udvalgsvarer på samme tur på ca. 10-15 % af turene. Andelen af kombinationsture vurderes at være væsentligt lavere ved Vibegårdscentret. Forudsættes af 5 % af turene til den nye butik vil være kombinationsture, og forudsættes et gennemsnitlig køb på 250 kr. pr. tur i én de eksisterende butikker i Vibegårdscentret, så svarer det til en afledt meromsætning på knap 1 mio. kr. om året.

Det vurderes, at etableringen af den nye udvalgswarebutik kan være med til at fremtidssikre Vibegårdscentret, men det vurderes samtidigt, at den afledte effekt for omsætningen vil være begrænset for butikker i Vibegårdscentret og ikke-mærkbar for detailhandlen udenfor Vibegårdscentret.

12.4 Effekter på længere sigt

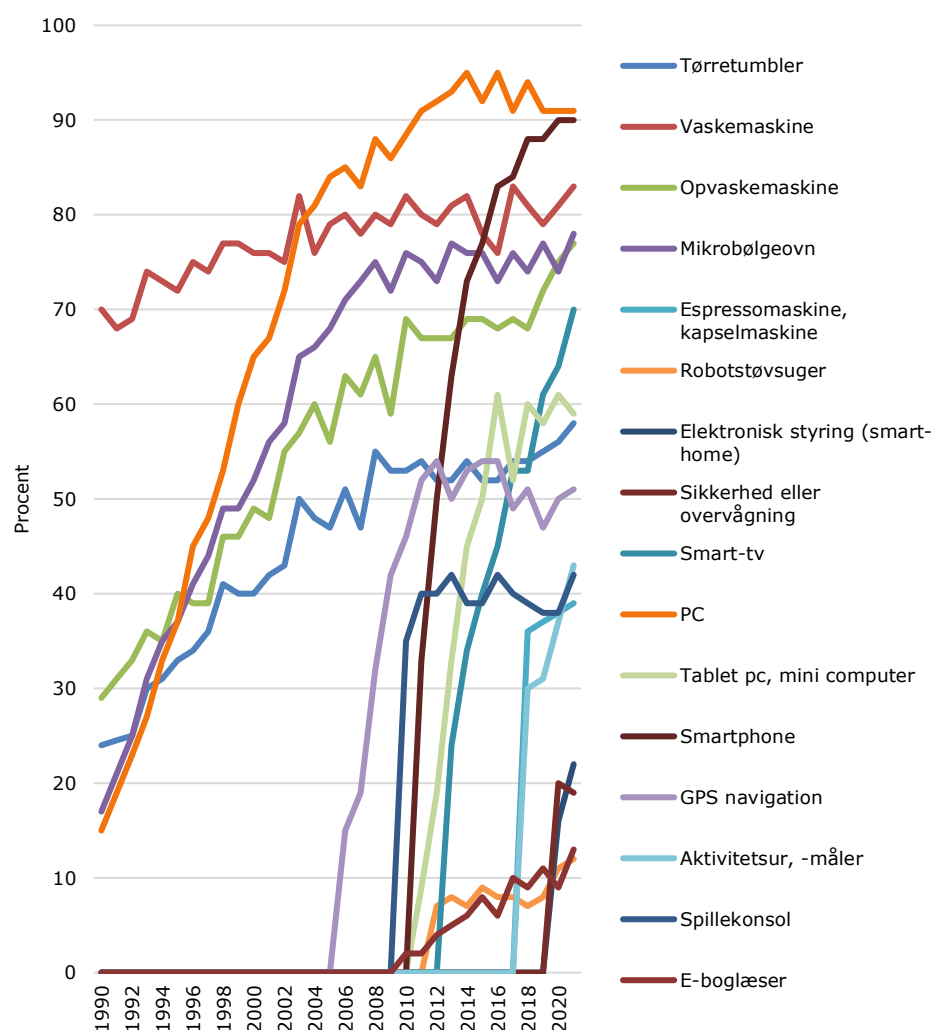
Effekterne på længere sigt afhænger i hovedtræk af udviklingen i forbrugsgrundlaget, som bl.a. påvirkes af nethandlen, og af udviklingen i handelsbalancerne, som bl.a. afhænger af udviklingen i turismen.

Som det fremgår af Figur 11-1 i afsnit 11.3, så har udviklingen i omsætningen i danske butikker og netbutikker været stigende over en længere årrække. Hvis

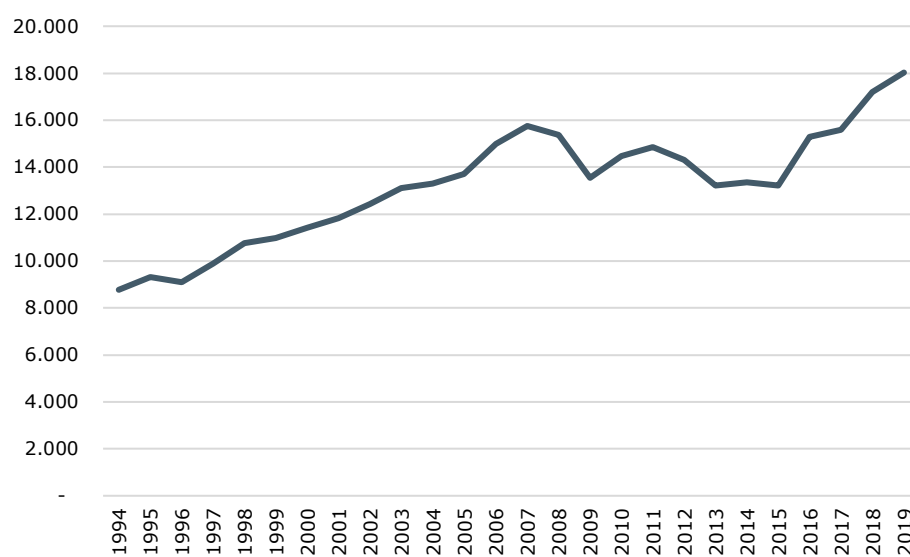
udviklingen i store træk fortsætter og dermed læner sig op ad maksimumscenariet, så stiger det årlige forbrugsgrundlag for udvalgsvarer med op mod 145 mio. kr. hvilket vil afbøde effekterne for den eksisterende udvalgsvarerhandel.

Læner udviklingen sig i højere grad op af minimumsscenarioet forværres de samlede effekter for den eksisterende detailhandel. I minimumsscenarioet falder forbrugsgrundlaget med op mod 140 mio. kr.

Der påtænkes konkret etableret en elektronikbutik. Danskernes forbrug på elektronik og mængden af elektronik i hjemmene har været stigende over en lang årrække, hvilket fremgår af hhv. Figur 12-3 og Figur 12-2, og hvilket understøtter, at der er behov for etableringen af en stor elektronikbutik på Bornholm.



Figur 12-2 Danske familiers besiddelse af elektronik i hjemmet efter forbrugsart og tid. DST.



Figur 12-3 Husstandenes gennemsnitlige forbrug på elektronik målt i løbende priser. DST.

13 Priseffekt

For at vurdere påvirkningen på konkurrencen er Konkurrence- og forbrugerstyrelsens økonomiske model benyttet. Resultatet giver en indikation af effekten på prisniveauet af udbygningen af detailhandlen i aflastningsområdet. Modellen bygger bl.a. på, at store butikker indebærer lavere priser end små butikker. Resultatet af beregningerne er, at priserne på udvalgsvarer vil falde. Priseffekten anslås dog at blive 'uvæsentlig eller lille' for udvalgsvarer. Den begrænsede effekt skyldes udbygningens begrænsede størrelse relativt til den eksisterende detailhandel.

Det vurderes samlet set, at planlægningen for aflastningsområdet kan bidrage til at understøtte hensynet om en effektiv butiksstruktur.

14 Oplandseffekt

Oplandseffekten er defineret som ændringen i handelsbalancen for Rønne by som følge af udbygningen af detailhandlen. Oplandseffekten udtrykker ændringen i Rønnes handelsmæssige styrke og markedsandel. En forøgelse af oplandseffekten udtrykker, at detailhandlen i Rønne tiltrækker flere kunder fra et større opland end før, eller at kunderne lægger en større del af deres forbrug i detailhandlen i Rønne.

Beregningerne viser, at oplandseffekten stiger med 10 %-point. Det er i 0-alternativet forudsat, at den eksisterende detailhandel øger sin omsætning i takt med udviklingen i forbrugsgrundlaget fra de lokale borgere.

OPLANDSEFFEKT FOR RØNNE FOR UDVALGSVARER					
	2019	2030 ekskl. udvidelse	2030 inkl. udvidelse	Ændring	Hentes uden for Bornholm
Omsætning (mio. kr. pr. år)	497	614	658	44	5
Forbrug (mio. kr. pr. år)	280	346	346	-	-
Handelsbalance %	178	178	188	10 %-point	-

Tabel 14-1 Forbrug på nettet indgår ikke, og sidste kolonne omfatter ikke netbutikker. Der er her forudsat, at omsætningen i de eksisterende butikker stiger i takt med forbrugsgrundlaget. En sådan udvikling vil sandsynligvis forudsætte udbygninger af butiksstrukturen.

15 Sammenfattende konsekvensvurdering

Hensyn	På kort sigt	På langt sigt
Konkurrenceeffekt (step 3)	'Uvæsentlig' eller 'lille'.	Konkurrenceeffekten forventes ikke anderledes på lang sigt end på kort sigt. Den eksisterende detailhandel vil således fortsat være påvirket af konkurrencen med den nye detailhandel på længere sigt. De samlede effekter afhænger af udviklingen i forbrugsgrundlaget mv.
Påvirkning af butiksforsyningen i bymidten, de mindre oplandsbyer og i landdistrikterne (step 2)	Omsætningsnedgang i eksisterende udvalgswarebutikker i Rønne bymidte under ét på ca. 3 %. Det forventes, at der vil komme ca. 9 mio. kr. fra bymidten, ca. 8 mio. kr. fra resten af Rønne by, og ca. 7 mio. kr. fra resten af Bornholm.	Butiksforsyningen i bymidten forventes ikke i højere grad at blive påvirket negativt af aflastningsområdet på langt sigt end på kort sigt. De samlede effekter afhænger af udviklingen i forbrugsgrundlaget mv.
Påvirkning af byens samlede oplandseffekt ift. nabokommuner (step 1)	Stigning i Rønnes oplandseffekt for udvalgsvarer på ca. 10 %-point.	Det vurderes ikke, at udbygningen i sig selv medfører en yderligere ændring af handelsbalancen på længere sigt. Rønnes handelsbalance kan dog stige yderligere på længere sigt, som følge af en vækst i turismen.

16 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 butikksformål beregnes med udgangspunkt i en vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel set ift. udvikling i indbyggertallet, privatforbruget, turismen, omsætningen pr. m² og handelsbalancen.

AREALRAMME OG UDBYGNINGSRAMME/RESTRUMMELIGHED

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

Restrummeligheden eller *udbygningsrammen* i et centerområde er arealrammen for centerområdet fratrukket bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel i 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.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

Arealet af den eksisterende detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager og varelevering mv. til butikksformål medregnes i *bruttoetagearealet*.

FORBRUGSGRUNDLAG

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

HANDELSBALANCE

Handelsbalancen er udtryk for omsætningen i butikkerne i et opland divideret med de lokale borgeres forbrug. Handelsbalancen 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.

KUNDEGRUNDLAG

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

OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Oplandet er det geografiske område, som en butik eller et butiksområde primært betjener. 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 UDVALGSVAREBUTIKKER

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 tidl. 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.