

AUGUST 2017  
GRIBSKOV KOMMUNE

# ANALYSE AF DETAILHANDLEN I HELSINGE

RAPPORT



**COWI**



# Analyse af detailhandlen i Helsingør by



# INDHOLD

1	Indledning	7
2	Sammenfatning og anbefalinger	8
3	Overordnet plangrundlag	14
4	Generelle udviklingstendenser	20
5	Rammebetingelser i Helsingør	22
6	Den regionale konkurrencesituation	25
7	Centerstrukturen i Helsingør	32
8	Butikker, kæder og areal	34
9	Omsætning og dækningsgrader	38
10	Webshop og webtilstedeværelse	45
11	Manglende kædebutikker	47
12	Helsingør som handelsby – styrker, svagheder og potentialer	52
13	Scenarie for detailhandlen i Helsingør i 2028	56



# 1 Indledning

Gribskov Kommune igangsatte i foråret 2017 en undersøgelse af detailhandlen i Helsinge by.

Formålet med analysen er at levere grundlaget for reviderede retningslinjer og rammer for detailhandelsplanlægning i Helsinge by. Målet er at styrke både detailhandlen og bymidten.

Undersøgelsen er gennemført fra maj til august 2017. COWI har stået for undersøgelsen. EDC har bistået vedr. tiltrækning/placering af nye butikker.

Analysen rummer bl.a. følgende dele:

- > En fuldstændig kortlægning af butikkerne i Helsinge, herunder deres areal og omsætning samt kædetilknytning, webshop mv.
- > En fysisk analyse af bymidtens kvaliteter som handelsby og potentialerne for at udvikle den yderligere.
- > To scenarier for arealbehov og forslag til placering af nye butiksområder samt størrelseskrav til butikker mv.

Analysen munder ud i anbefalinger til reviderede retningslinjer for detailhandel samt en række øvrige anbefalinger.

Rapporten indledes med sammenfatning og anbefalinger i kapitel 2, mens de enkelte delanalyser foldes ud i kapitel 3-13.

En parkeringsanalyse, der viser belægningsgrader på p-pladserne i hele bymidten, er ligeledes under udarbejdelse og foreligger ultimo august 2017.

## 2 Sammenfatning og anbefalinger

Helsinge har en velfungerende detailhandel med en dækningsgrad på 115. Byen tiltrækker kunder udefra. Særligt på øvrige udvalgsvarer er byen særdeles stærk. Der er gode muligheder for at styrke både bymidte og detailhandel yderligere.

### HELSINGE HAR EN SUND DETAILHANDEL

Trods konkurrence fra bl.a. Hillerød og Helsingør fastholder Helsinge en velfungerende detailhandel med flotte dækningsgrader for både dagligvarer (102), beklædning (100) og øvrige udvalgsvarer (149). Samlet har byen en dækningsgrad på 115.

Dækningsgraden for beklædning er højere end i andre byer på størrelse med Helsinge, og dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer (elektronik, boligudstyr, bøger mv.) er betydeligt højere end i andre byer på størrelse med Helsinge.

Tallene udtrykker, at Helsinge tiltrækker kunder fra et opland, der er større end byens lokalopland. En del af omsætningen kommer sandsynligvis fra turisterne.

- > En sund ambition er at fastholde de nuværende dækningsgrader gennem en række tiltag på tværs af planlægning, erhvervsudvikling mv. (se nedenfor).

### POSITIV UDVIKLING I 2014-16 OG OPTIMISME FOR 2017/18

60 % af butikkerne har oplevet vækst i omsætningen i perioden 2014-16; 25% har oplevet status quo, mens 15% har oplevet tilbagegang. Butikkerne er også blevet spurgt om deres forventninger til 2017/18 sammenlignet med 2016. Her svarer 35% vækst, mens 50% forventer status quo og 15% tilbagegang.

Tallene tegner billedet af en overvejende robust detailhandel, men med potentiale for at løfte særligt de 15%, der forventer tilbagegang.

- > Det anbefales at tilbyde detailhandlere, særligt dem uden for kædesamarbejde, et målrettet strategiforløb. Der kan f.eks. hentes inspiration i forløbet "Raketvækst", der løbende gennemføres af Væksthus Sjælland.



### HELSINGE BYMIDTE – STYRKER OG POTENTIALER

Helsinge fremstår som en velfungerende handelsby med et koncentreret handelsområde, attraktive opholdsmuligheder ved Gadekæret og kun få tomme butikslokaler. Potentialer ligger i følgende:

- > Gøre ankomsten til byen mere indbydende ved at fjerne midterpartiet/tårnet på Byporten og evt. ændre ensretningen på Frederiksborgvej, så bilister kan køre ad denne vej ind i bymidten.
- > Styrke opholdskvaliteterne direkte i handelsområdet, f.eks. flere bænk/mere grønt.
- > Videreudvikle Helsinge som Danmarks bedste børneby.
- > Fastholde og styrke Frederiksborgvejs koncentration af sundhedstilbud: tandlæge, fitness, kiropraktor mv.
- > Styrke oplevelsen af byens DNA og historie f.eks. med en rute, der fortæller om byens historie – og en butik med lokalt produceret kunsthåndværk.
- > Tilføje oplevelser/funktioner med appel til det store sommerhus- og turistpublikum, f.eks. glaspusteri/brugskunst (se nedenfor).

### UDVIKLING AF BUTIKSUBBUDET

Der "mangler" en lang række kæder, som findes i (nogle) byer af tilsvarende størrelse som Helsinge. Kæderne fremgår af kapitel 11 og kan kontaktes med henblik på mulig lokalisering. Derudover:

- > Elektronikbutikker generelt. Særligt Elgiganten og Power ville være særdeles attraktive at få til Helsinge, da de tiltrækker kunder fra et stort opland.
- > Butikker med oplevelsespræget produktion, f.eks. glaspusteri, bolsjekogeri, chokoladebutik.
- > Brugskunst og gaveartikler; brugte kvalitetsmøbler.
- > Butikker med ting til børn, f.eks. Babysam.
- > Derudover kan der arbejdes målrettet på at tiltrække f.eks. webshops.

### NYT BUTIKSBYGGERI I BYMIDTEN

Der er særlige muligheder ved opførsel af nyt butiksbggeri, fordi arealer kan disponeres og indrettes optimalt fra starten. Et sådant byggeri kunne f.eks. rumme:

- > En stærk ankerlejer som Power eller Elgiganten (begge foretrækker lokaler på min. 2.500 m<sup>2</sup>. Deres tilstedeværelse ville gøre beliggenheden attraktiv også for andre butikker pga. det store kundeflow.

- > En klynge af butikker henvendt til samme kundegruppe, f.eks. sommerhus- og turistpublikummet. Det kunne være glaspusteri, brugskunst og antikmarked.

Det er vigtigt, at byggeriet opføres i direkte kontakt til bymidten, så det styrker bymidten og ikke trækker energien ud af den. Adgang til et vist antal parkeringsplads anses i den forbindelse for en forudsætning.

Med baggrund i parkeringsanalysen kan peges på i hvert fald én god placering:

P-pladserne syd for VP-Arkaden er det område, der umiddelbart kan peges på, hvor der er ledig parkeringskapacitet både torsdag og lørdag (mens fx Rådhusets p-pladser nord for Frederiksborgvej kun er tomme om lørdagen).

Placeringen syd for VP-Arkaden er set fra et investor/-butikssynspunkt en relativt god placering til et butiksbyggeri, da det både ligger ud til en større vej, har gode p-pladser og en vis synergi med VP-Arkaden og den eksisterende bymidte. Dermed ikke være sagt, om der faktisk kan findes investorer til byggeriet, dette må undersøges for sig.

Søges byggeriet realiseret på en anden placering, fx parkeringspladsen syd for Gadekærvej, skal det sikres, at der i praksis er ledige parkeringspladser til kunderne i det nye butiksbyggeri. Det kan fx ske ved tidsrestriktioner på parkering mv.

Projektet vurderes ikke at kunne integreres i det planlagte byggeri omkring Østergade 4/6, da dette kun rummer 1.400 m<sup>2</sup> til udvalgsvarebutikker. Endvidere har Helsinge en sund og robust detailhandel med høje dækningsgrader, og der vurderes at være tilstrækkelig købekraft til begge projekter.

#### UDVIKLING AF OMRÅDE TIL STORE UDVALGSVAREBUTIKKER

Der er potentiale for at tiltrække en række store udvalgsvarebutikker til Helsinge. Store udvalgsvarebutikker med bolig-, have- og fritidsudstyr samt bad- og køkkenbutikker, som bl.a. henvender sig til de mange sommerhusgæster, vurderes at udgøre et godt supplement til den eksisterende udvalgsvarehandel. MaxiZoo, en større cykelhandler og en større kommissionsbutik for genbrugsvare ville også være mulige lejere. Det anbefales at:

- > Planlægge for ét område med store udvalgsvarebutikker. Butikkerne i området bør have en minimumsstørrelse på ca. 600 m<sup>2</sup> for at sikre, at butikkerne bliver et supplement, der samlet set styrker Helsinge som handelsby.

Der kan peges på i hvert fald to placeringer:

- 1 Arealet imellem jernbanen og Gribskov Gymnasium. Dette er så tæt på Østergades koncentrerede butiksmiljø, at der vil opstå reel synergi med bymidten.
- 2 Erhvervsområdet Tofte (i givet fald som nyt aflastningsområde). Her er der allerede butikker med særligt pladskrævende varegrupper (samt en række udvalgsvarebutikker).

COWI anbefaler, at der arbejdes for mulighed 1, altså en placering på grunden mellem jernbanen og gymnasiet. Ved en placering i Tofte vil butikkerne ganske vist styrke byens samlede detailhandel, men synergien ift. bymidten vil være meget lille.

Hvis der etableres et butiksområde øst for jernbanen til store udvalgsvarebutikker, bør det ikke også rumme særlig pladskrævende varegrupper. Disse koncentrerer fortsat i Tofte.

#### PRINCIPPER FOR DETAILHANDELSPLANLÆGNING

Det anbefales at:

- > Fastholde den nuværende centerstruktur i Helsinge.
- > Fastholde de eksisterende arealrammer, da der er tilstrækkelig restrummelighed i alle centerområder.
- > Fastholde kravet om butikker i stueplan i Østergade, da dette skaber en stærk rygrad i bymidtens butiksliv.
- > Fastsætte en minimumsbutiksstørrelse på ca. 600 m<sup>2</sup> for udvalgsvarer og 750 m<sup>2</sup> for dagligvarer i de to lokalcentre.
- > Ikke fastsætte en minimumsbutiksstørrelse for butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Ift. særligt pladskrævende varegrupper har disse hidtil været defineret udtømmende i loven. Men den nye Planlov i 2017 overlades mere til kommunernes skøn. Det anbefales at:

- > Anvende den hidtidige definition af særligt pladskrævende varegrupper, dog uden mulighed for placering af møbelforhandlere i området.

Det vurderes ikke at være nødvendigt at fastsætte en maksimal butiksstørrelse i bymidten. Det er udformningen af den enkelte butiks facade/vinduer, placering af indgangspartier og udformning af udeområder, der spiller en rolle. Det er derfor vigtigt, at der er fokus på disse aspekter ifm. nye butiksprojekter, således at butikken i høj grad orienterer sig "udad" og spiller sammen med den eksisterede bymidte.

En udbygning med nye, enkeltstående dagligvarebutikker eller nye lokalcentre til dagligvarebutikker anbefales ikke, da det kan have negative konsekvenser for bymidten.

#### BYMIDTEAFGRÆNSNING

En stram bymidteafgrænsning bidrager til at skabe en koncentreret bymidte, hvor mange funktioner ligger tæt sammen, hvilket styrker kundeflowet og bylivet. Derved skabes både for kunder og butiksdrivende en mere attraktiv bymidte.

Det anbefales at:

- > Fastholde den nuværende afgræsning ved Rådhusvej i syd.
- > Indsnævre bymidten mod vest, så den slutter ved Gadekærvej
- > Indsnævre bymidten mod øst, så slutter ved Gribskov Gymnasium.

Ved at afgrænse bymidten ved Gribskov Gymnasium, kan der arbejdes videre med udviklingen af et nyt område med store udvalgswarebutikker øst for jernbanen. Er denne placering ikke relevant, kan bymidten afgrænses ved jernbanen.

ANBEFALINGER TIL MINIMUMS- OG MAKSIMUMSBUTIKSSTØRRELSER FOR CENTEROMRÅDERNE I HELSINGE						
	Helsinge bymidte (nuværende)	Helsinge bymidte (nyt område til store udvalgsva- rebutikker)	Lokalcenter Bymosecentret	Rundinsvej i Helsinge	Lokalcenter Helsinge-Tofte	Tofte Erhvervsområde
Dagligvarer	0-5.000 m <sup>2</sup>	Ingen	750-1.500 m <sup>2</sup>	Ingen	750-1.200 m <sup>2</sup>	Ingen
Udvalgsvarer	0-10.000 m <sup>2</sup>	600-5.000 m <sup>2</sup>	600 m <sup>2</sup>	Ingen	600 m <sup>2</sup>	Ingen
Særligt plads- krævende	0-5.000 m <sup>2</sup>	0-5.000 m <sup>2</sup>	Ingen	0-10.000 m <sup>2</sup>	Ingen	0-10.000 m <sup>2</sup>



### 3 Overordnet plangrundlag

Det overordnede plangrundlag udgøres af Planlovens bestemmelser, landsplandirektiver, udviklingsstrategien og kommuneplanen. Plangrundlaget påvirker mulighederne for udvikling af detailhandlen i Helsingø.

#### LANDSPLANDIREKTIVET FOR DETAILHANDEL I HOVEDSTADSOMRÅDET

Planlovens detailhandelsbestemmelser bygger på et centerhierarki, hvor bymidten udgør det primære centerområde for detailhandel. Herefter følger bydelscentre i byer på over 20.000 indbyggere. Der er ingen bydelscentre i Gribskov Kommune, og der er ikke mulighed for at udlægge bydelscentre. Uden for bymidter og bydelscentre kan der planlægges for lokalcentre, og der kan placeres enkeltstående butikker til områdets lokalforsyning. Derudover kan der etableres butikker med særligt pladskrævende varegrupper som bilforhandlere og bygge- og materialer. Nogle byer har udlagt aflastningsområder. Der er ingen aflastningsområder i Gribskov Kommune.

Gribskov Kommune er en del af Hovedstadsområdet og ligger i 'det øvrige Hovedstadsområde'. Der er udpeget tre bymidter i Gribskov Kommune: Helsingø bymidte, Gilleleje bymidte, og Græsted bymidte. Mulighederne for at planlægge for bymidter og udvidelser af bymidter i 'det øvrige hovedstadsområde' følger de samme regler, som gælder i resten af landet. Landsplandirektivet om beliggenheden af bymidter, bydelscentre og aflastningsområder mv. indeholder derfor ikke en særlig udpegning af bymidter i 'det øvrige hovedstadsområde'.

Den nye Planlov trådte i kraft d. 15. juni 2017. Den nye Planlov indeholder flere ændringer indenfor planlægning for detailhandel. Et nyt, midlertidigt landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet trådte i kraft d. 22. juni 2017. Landsplandirektivet åbner mulighed for, at kommunerne i hovedstadsområdet også kan planlægge for store udvalgswarebutikker, som resten af landet.





### SAMSPIL MED FINGERPLAN 2017

Fingerplan 2017 trådte d. 26. juni i kraft som et landsplandirektiv for Hovedstadsområdet. Planen afløser den tidligere Fingerplan 2013. Planlægningen i Gladsaxe Kommune skal ske i overensstemmelse med Fingerplan 2017 for at sikre en hensigtsmæssig videreudvikling af de fysiske og funktionelle kvaliteter i hele hovedstadsområdet. Fingerplan 2017 er den overordnede ramme for hovedstadskommunernes fysiske planlægning og udvikling.

Planen regulerer ikke direkte, hvad den enkelte borger kan, men har betydning for, hvor kommunerne kan planlægge eksempelvis ny byudvikling. Afvejningen af de konkrete arealinteresser og udlæg af nye arealer til byformål sker i den kommunale planlægning.

I april 2016 blev en revision af den gældende Fingerplan igangsæt. Revisionen har til formål at give kommuner, virksomheder og borgere mere frihed til at skabe vækst og udvikling under hensyntagen til natur og miljø.

Revisionen af Fingerplanen foregår i to spor. Det første spor i revisionen havde fokus på afgrænsede ændringer af Fingerplanen og er afsluttet. I det igangværende andet spor skal det afdækkes, om der er behov for grundlæggende ændringer af Fingerplanens bestemmelser. Ændringerne forventes gennemført i løbet af 2018.



### UDVIKLINGSSTRATEGI 2016 FOR GRIBSKOV KOMMUNE

I Udviklingsstrategi 2016 fremlægges Gribskov Kommunes visioner og retningen sættes for en række temaer med tilhørende mål for den fremadrettede udvikling. Udviklingsstrategien sætter dermed retningen for planlægningen og er med til at sætte rammerne for detailhandlen i Helsingør Kommune.

Gribskov Kommune har et mål om at spille en stærkere rolle som bosætningskommune, turistmål og fritidsområde i Greater Copenhagen. Kommunen skal gøres endnu mere attraktiv for tilflyttere, besøgende og nye virksomheder. En realisering af målet vil indebære bl.a. flere borgere og besøgende i Helsingør, hvilket vil have positive effekter for detailhandlen i Helsingør. Gribskov Kommune har en række målsætninger for kommunens turisme, herunder at være en af de førende turist- og friluftskommuner i Danmark. Dette er blot eksempler på hvordan udviklingsstrategien bidrager til at sætte de overordnede rammer for udviklingen af detailhandlen i Helsingør.



### KOMMUNEPLAN 2013-2025 FOR GRIBSKOV KOMMUNE

Det overordnede mål for detailhandelsplanlægningen er at fremme et varieret butiksudbud i lokal- og kommunecentre samt at fastholde og styrke et bredt udbud af butikker, indkøbs- og handelsmuligheder til gavn for borgere, turister og det øvrige erhvervsliv. Der skal sikres gode udviklingsmuligheder for eksisterende og kommende butikker.

I kommuneplanen fastlægges den overordnede detailhandelsstruktur. Helsingør er et af Gribskov Kommunes tre kommunecentre, der har store dagligvareudbud og som er kommunens hovedcentre hvad angår udvalgsvarer. Helsingør er kommunens vigtigste handelsby og betjener udover Helsingør by et stort opland fra det meste af kommunen. I sommerhalvåret betjener butikkerne i Helsingør, Tisvildeleje, Vejby, Rågeleje, Blidstrup, Smidstrup og Gilleleje også et stort antal sommerhusgæster.

Af hensyn til bl.a. at mindske transportafstandene til indkøb er der ligeledes udpeget en række lokalcentre, herunder to lokalcentre i Helsingør. De fleste lokalcentre i Gribskov Kommune har en arealramme på 3.000 m<sup>2</sup>. Lokalcentret Helsingør – Tofte, der skal betjene det vestlige Helsingør med dagligvarer, har en



arealramme på 1.000 m<sup>2</sup>. Der er fastsat en maksimal butiksstørrelser for dagligvarebutikker i Helsinge – Tofte på 1.000 m<sup>2</sup>. Lokalcentret Bymosecentret, der betjener det sydøstlige Helsinge, har en arealramme på 3.000 m<sup>2</sup>. Der er fastsat maksimale butiksstørrelser for dagligvare- og udvalgswarebutikker på 1.000 m<sup>2</sup> i Bymosecentret.



#### DEN NYE PLANLOVS BESTEMMELSER OM DETAILHANDEL

Den nye Planlov blev vedtaget i Folketinget d. 1. juni 2017 og trådte i kraft d. 15. juni 2017. Med den nye Planlov er der sket en række ændringer af bestemmelserne om detailhandelsplanlægning.

Den nye Planlov betyder, at en række hensyn skal afvejes over for hinanden. Det drejer sig om at:

- > Fremme velfungerende markeder og en effektiv butiksstruktur. Dette betyder i praksis, at der planlægges for områder med store butikker
- > Fremme et varieret butiksudbud i mindre og mellemstore byer samt i de enkelte bydele i de større byer
- > Sikre, at arealer til butiksformål udlægges, hvor der er god tilgængelighed for alle trafikarter, så transportafstandene i forbindelse med indkøb er begrænsede.

Det er op til Gribskov Kommune at afveje disse hensyn i den konkrete planlægning.

Der er i øvrigt foretaget følgende justeringer:

- > Størrelsesbegrænsningerne for dagligvarebutikker i bymidter og bydelscentre er forhøjet fra 3.500 m<sup>2</sup> til 5.000 m<sup>2</sup>.
- > Størrelsesbegrænsningerne for dagligvarebutikker i lokalcentre og som enkeltstående butikker er forhøjet fra 1.000 m<sup>2</sup> ekskl. op til 200 m<sup>2</sup> personalefaciliteter til 1.200 m<sup>2</sup> inkl. personalefaciliteter.

- > Størrelsesbegrænsningen på 2.000 m<sup>2</sup> for udvalgswarebutikker i bymidter, bydelscentre og aflastningsområder er ophævet, uanset bystørrelse. I lokalcentre et størrelsesbegrænsningen 3.000 m<sup>2</sup> som følge af den maksimalt mulige arealramme på 3.000 m<sup>2</sup>.
- > Der er givet mulighed for udvidelse af eksisterende aflastningsområder og for at udlægge nye aflastningsområder.
- > Størrelsesbegrænsningen for dagligvarebutikker i aflastningsområder er forhøjet fra 3.500 m<sup>2</sup> til 3.900 m<sup>2</sup> ekskl. op til 200 m<sup>2</sup> personalefaciliteter.
- > Udlægning af arealer til aflastningsområder forudsætter bl.a. et tilstrækkeligt kundegrundlag.
- > Kravet om brug af den statistiske metode til fastlæggelse af bymidter og bydelscentre med arealrammer på over 5.000 m<sup>2</sup> er ophævet.

Som led i moderniseringen af Planloven er der udstedt en ny vejledning om detailhandelsplanlægning. Vejledningen klargør mulighederne for aflastningsområder, e-handel med showrooms, definitionen af særlig pladskrævende varegrupper mv. Udkastet til vejledningen om detailhandelsplanlægning er sendt i høring indtil d. 14. august 2017.



Erhvervsministeren vil i et landsplandirektiv efter Planlovens § 3 fastlægge nærmere retningslinjer for udmøntning af de ovenstående ændringer for hovedstadsområdet. Indtil vedtagelsen af et nyt landsplandirektiv i hovedstadsområdet gælder centerstrukturen i det eksisterende landsplandirektiv, men uden begrænsninger på udvalgswarebutikkernes størrelse. Gribskov Kommune ligger som nævnt i 'det øvrige hovedstadsområde'. Landsplandirektivet om beliggenheden af bymidter, bydelscentre og aflastningsområder mv. indeholder ikke en særlig udpegning af bymidter i det øvrige hovedstadsområde.

Erhvervsstyrelsen har indkaldt forslag til revision af landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet. På baggrund af kommunernes forslag og en samlet vurdering af målene for detailhandelsstrukturen i hovedstadsområdet vil der bli-

ve udarbejdet forslag til et revideret landsplandirektiv med tilhørende miljøvurdering. Forslaget forventes sendt i offentlig høring i 8 uger i 1. kvartal 2018 med henblik på udstedelse i 2. kvartal 2018.

Den nye Planlov giver altså mulighed for markant større butikker i Helsing bymidte og lidt større butikker i de to lokalcentre samt som enkeltstående butikker. For dagligvarebutikker forhøjes de maksimalt tilladte butiksstørrelser og for udvalgswarebutikker fjernes den maksimalt tilladte butiksstørrelse helt. Desuden åbnes med den nye Planlov op for at der i byer som Helsing kan udlægges et aflastningsområde, forudsat at der bl.a. er et tilstrækkeligt kundegrundlag. Formålet med et aflastningsområde er bl.a. at aflaste bymidten ved at give plads til butikker, som ikke uden videre kan placeres i bymidten – eksempelvis store udvalgswarebutikker.

## 4 Generelle udviklingstendenser

De overordnede rammebetingelser påvirker detailhandlen i Helsingør. De senere års krisestemning er aftaget, men e-handlen stiger forsat. 10 udviklingstendenser påvirker bymidterne og deres detailhandel i disse år.

### 1. FORBRUGERNE HAR PENGE - MEN HOLDER PÅ DEM

Med finanskrisen i 2007 skete der en historisk opbremsning i borgernes forbrug. Der skete et fald med ca. 25 % for beklædning og ca. 15 % for øvrige udvalgsvarer. Selv om forbrugerne igen bruger flere penge, er det samlede forbrug i fysiske butikker i 2017 stadig på et niveau svarende til 2004 og 2005.

### 2. E-HANDLEN VOKSER – OG FORBRUGERNE STILLER NYE KRAV

E-handlen vokser, og 15% af udvalgsvarerne og 1-2% af dagligvarerne handles pt. på nettet. Andelen stiger med ca. 10% om året (af ovennævnte tal). Også grænsehandlen er betydelig. Presset fra e-handel og grænsehandel skærper kravene til de fysiske butikker. Service, rådgivning, faglig specialisering, fokus på butiksoplevelsen, brug af sociale medier samt sammentænkning af fysisk butik og webshop er blandt strategierne hos de butikker, der klarer sig godt. Den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for internetbutikker.

### 3. FLERE KÆDEBUTIKKER – BYERNE BLIVER MERE ENS

Kædernes andel af bymidternes udvalgsvarebutikkerne stiger. Det er positivt, fordi kæderne har stærkere økonomi, fælles hjemmesider, webshop, ressourcer til at uddanne personale osv. Omvendt betyder det, at bymidterne bliver mere ens. Dermed bliver klynger af unikke butikker og et charmerende bymiljø med mange oplevelser vigtigere som konkurrenceparameter.

### 4. BUTIKSCENTRENE VINDER MARKEDSANDELE

Især butikscentrene, der bl.a. har fælles åbningstider og mange stærke kapitalkæder, har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven. Butikscentrenes markedsandel vokser fortsat med ca. 0,5% om året. Deres andel af den samlede detailomsætning udgør ca. 25%. Butikscentre i bymidten kan samlet set styrke en handelsby, mens erfaringen er, at butikscentre uden for bymidten over tid svækker

bymidstens butiksudbud. Øgningen af butikscentrenes markedsandel kan betyde, at de traditionelle handeleggader vil blive yderligere udfordret af butikscentrenene.

#### 5. BYMIDTERNE MISTER OMSÆTNING TIL DERES EGEN PERIFERI

Bymidterne taber omsætning til deres egen periferi, og det er der flere grunde til:

- > Dagligvarediscountbutikker placeret ved indfaldsvejene
- > Butiksområder med butikker som Jysk, T. Hansen. Jem&Fix placeret i kanten af bymidten
- > Butiksområder til særligt pladskrævende varer placeret uden for bymidterne
- > Udvalgsvarebutikker placeret i områder for særligt pladskrævende varer

#### 6. BORGERNE ER BLEVET MERE MOBILE OG KØRER GERNE EFTER DET RIGTIGE BUTIKSUDBUD

Borgerne er blevet langt mere mobile og kører gerne langt efter en koncentration af spændende butikker, enten i en velfungerende bymidte eller et indkøbscenter. Alene fra 1993 til 2016 steg antallet af personbiler i Danmark fra 1,6 til knap 2,4 mio. Omvendt kan selv mindre byer tiltrække mange tusinde besøgende udefra til populære events. Mobiliteten går altså begge veje.

#### 7. BYMIDTERNE BLIVER MERE BLANDEDE

Der sker i disse år et langsomt skifte i sammensætningen af bymidternes funktioner. Butikker kommer relativt til at fylde lidt mindre, mens cafeer, restauranter, take-away, fitness og alt andet til kroppens skønhed og sundhed samt mange andre servicefunktioner kommer til at fylde lidt mere. Der er i dag typisk flere af de andre serviceerhverv, end der er butikker i en bymidte.

#### 8. UDVALGSVAREHANDLEN KONCENTRERES – MEN OGSÅ MINDRE BYER HAR GODE MULIGHEDER

Udvalgsvarehandlen koncentrerer sig i disse år løbende i de lidt større byer og butikscentre. Imidlertid viser erfaringen, at byer ned til 5.000-6.000 indbyggere med de rigtige strategier har gode muligheder for at bevare et bredt udbud af udvalgsvarebutikker. For byer med væsentlig turisme gælder det byer helt ned til omkring 3.000 indbyggere.

#### 9. DAGLIGVAREFORSYNINGEN HAR SANDSYNLIGVIS ALDRIG VÆRET BEDRE

Dagligvarediscountbutikkernes fremmarch er endnu en markant udviklingstendens. I mange tilfælde får de lov til at placere sig ved indfaldsvejene til en by, hvilket er uheldigt, da det svækker butiks- og bylivet i bymidten. Indkøb i dagligvarebutikker kombineres i ca. 15-20% af tilfældene med indkøb i udvalgsvarebutikker, og mister bymidten en dagligvarebutik, kan det "koste" 2-4 udvalgsvarebutikker.

#### 10. BYER MED SAMME UDGANGSPUNKT PERFORMER MEGET FORSKELLIGT

Byer med samme udgangspunkt klarer sig meget forskelligt. Det er tydeligt, at evnen til lokalt at "gøre de rigtige ting" spiller en stor rolle. Kommunalt lederskab, fælles visioner, samarbejde og et højt ambitionsniveau hos alle parter i bymidten – kommune, grundejere, butikker, cityforening mv. – spiller en afgørende rolle.

## 5 Rammebetingelser i Helsinge

Udviklingen i detailhandlen i Helsinge er nært forbundet med den øvrige byudvikling, befolkningsudviklingen, udviklingen i turismen, pendlingen mv. En række byudviklingsprojekter vil sammen med stigningen i indbyggertallet og antallet af turister positivt afsmittende effekter på detailhandlen i Helsinge.

### BEFOLKNINGSUDVIKLING

Ifølge Gribskov Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet i lokaloplandet til Helsinge vokse med ca. 735 personer fra primo 2017 til ultimo 2028 svarende til en vækst på ca. 6 %. Isoleret set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugspotentiale, som i størrelsesordenen er 35 mio. kr. større i 2028, end det er i dag (2016-priser).

### BYUDVIKLINGSOMRÅDER I HELSINGE

Helsinge er udpeget som ét af tre kommunecentre. I Helsinge er kommunens centrale institutioner som f.eks. rådhuset placeret, og det er her størstedelen af den fremtidige erhvervsudvikling og størstedelen af de fremtidige boliger i kommunen skal placeres. Helsinge er et kommunecenter for servicefunktioner som f.eks. større idrætsfaciliteter, kulturinstitutioner, uddannelsesinstitutioner, større arbejdspladser og butikker.

I Helsinge er det særligt området Helsinge Nord med ca. 700 nye boliger, Møllebakken midt i byen med 150-200 nye boliger samt erhvervsområdet Tofte, som driver udviklingen af byen. Der planlægges for en større omdannelse i Helsinge midtby som bl.a. omfatter etableringen af en Rema 1000 ved VP Arkaden.

Med projektet Helsinge Nord planlægges for en helt ny bydel. Gribskov Kommune skaber i løbet af de næste 10-20 år plads til 700 nye boliger i byudviklingsområdet Helsinge Nord på ca. 70 ha nord for Helsingørvej. Hvis der bor ca. 2,5 personer i hver bolig, svarer boligudbygningen, med de aktuelle forbrugstal, til en stigning i det årlige forbrugspotentiale for dagligvarer og udvalgsvarer på hhv. ca. 50 mio. kr. og ca. 35 mio. kr.

Som led i projektet Møllebakken planlægges mere end 150-200 boliger til 300-400 personer på et areal på ca. 2 ha midt i Helsinge. De første boliger forventes klar i slutningen af 2019. Boligudbygningen svarer, med de aktuelle forbrugstal,

til en stigning i det årlige forbrugspotentiale for dagligvarer og udvalgsvarer på hhv. ca. 10 mio. kr. og ca. 7,5 mio. kr.

Helsing Kommune er ved at udarbejde en lokalplan for omdannelsen af en del af Helsing bymidte, der vender ud mod den store sydlige parkeringsplads. Området skal spille sammen med Møllebakke projektet umiddelbart vest herfor, hvor der planlægges for nye boliger. Helsing bymidte skal revitaliseres ud fra hovedprincipperne om at opføre en ny Rema 1000 i området, samt øge bebyggelsestætheden ved at bygge i højden, op mod Østergade og en trinvis nedskæling.

Med omdannelsen af parkeringsarealet ved VP-Arkaden tilstræbes at få områdets nuværende bagsidekarakter til at fremstå som en spændende og mere attraktiv velkomst til Helsing bymidte. Den nordlige zone af parkeringsarealet kobles direkte til gågaden/Torvet, med legepladser og siddemuligheder. Parkeringsarealet i zonen foreslås etableret med et grønt udtryk og indrettes, så det også kan anvendes til andre formål efter behov, eksempelvis loppemarked og boldspil. De tilstødende butikker orienteres, så deres indgange ligger ud til området. Herved bidrager butikkerne også til vitaliseringen af området. Indretningen af zonen vil gøre området mere attraktivt og dermed bidrage til at styrke bylivet i Helsing.

Visionen er at styrke handlen omkring det eksisterende gågademiljø ved Østergade. Vitaliseringen af parkeringsarealet vil, udover at byde på egne oplevelser, fungere som en vigtig forbindelse til gågaden og dens butikker. Samlet set vil omdannelsen af parkeringspladsen, tilføjelsen af en ny dagligvarekæde samt en fortætning op mod Østergade gøre Helsing bymidte mere attraktiv som handelsby og styrke butikslivet.

### PENDLING

Pendling er interessant i detailhandelsmæssig sammenhæng, fordi mange pendlere foretager indkøb af særligt dagligvarer i forbindelse med turen mellem arbejde og bopælen. I Helsing har særligt Kvickly med et bruttoetageareal på ca. 4.500 m<sup>2</sup> betydning for, at borgere uden for Helsing køber en del af deres dagligvarer i Helsing, og at borgere i Helsing og Gribskov Kommune ikke i større omfang køber dagligvarer uden for Gribskov Kommune.

På den anden side er der også mange Helsing-borgere, der dagligt pendler til arbejdspladser uden for kommunen. Tal fra 2015 viser, at ca. 3.900 personer dagligt pendler ind i Gribskov Kommune til arbejdspladser, mens der pendler ca. 11.000 personer ud af kommunen til arbejdspladser. Der er således ca. 7.100 flere, der pendler ud af kommunen, end personer, der pendler ind. Pendlingsunderskuddet har stort set været stabilt i perioden 2008-2015.

Hvis pendlerne i gennemsnit handler for 250 kr. om ugen i den kommune, de pendler til, svarer pendlingsunderskuddet i 2015 til i størrelsesordenen 90 mio. kr. pr. år. Til sammenligning omsætter en typisk discountbutik på 1.000 m<sup>2</sup> for ca. 30-55 mio. kr. pr. år.

### BESKÆFTIGELSE

Der er ca. 2.200 ansatte i handelssektoren (både detail- og engroshandel) i Gribskov Kommune. Det svarer til, at knap hver 5. beskæftigede i Gribskov Kommune er ansat i handelssektoren. Antallet af beskæftigede i handelssektoren er faldet med ca. 400 personer svarende til ca. 15 % fra ca. 2.600 personer i 2008 til ca. 2.200 personer i 2016. Tallene viser, at handelssektoren har stor betydning for Gribskov Kommune. Til sammenligning er det totale antal beskæftigede i Gribskov Kommune i samme periode faldet med ca. 8 %.

### TURISME

Udviklingen i antallet af turister påvirker detailhandlen. Ifølge VisitDenmarks analyse *Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014* brugte turisterne i Region Hovedstaden i 2014 for i alt 8,0 mia. kr. i detailhandlen.

Det samlede turismeforbrug som andel af det samlede udbud af varer og tjenester i Gribskov Kommune var 7,5 % i 2014. Med en turismeandel på ca. 7,5 % lå Gribskov Kommune på en 3. plads, målt på hvor stor en del turismen fyldte af den samlede økonomi. VisitDenmarks analyse viser et gennemsnitligt døgnforbrug i detailhandlen på landsplan på ca. 120 kr. for danske turister og ca. 260 kr. for udenlandske turister. I VisitDenmarks analyse *Turismens økonomiske betydning i Destination Kongernes Nordsjælland 2014* er turisternes forbrug i detailhandlen i Gribskov Kommune i 2014 estimeret til knap 600 mio. kr. Den turismeafledte værditilvækst for detailhandlen i Gribskov Kommune i 2014 er estimeret til ca. 250 mio. kr.

Antallet af kommercielle overnatninger i Gribskov Kommune ekskl. i feriehusene var ifølge Danmarks Statistik ca. 218.000 i perioden maj 2015 til april 2016. Tallet var ca. 219.000 i perioden maj 2016 til april 2017. Antallet af overnatninger i feriehusene i Gribskov Kommune udlejet gennem danske udlejningsbureauer var ifølge Danmarks Statistik 310.000 i 2015 mod ca. 340.000 i 2016. De overnattende turister, såvel som endagsturisterne, har en positivt afsmittende effekt på detailhandlen.



## 6 Den regionale konkurrencesituation

Den regionale konkurrencesituation har betydning for detailhandlen i Helsingør, som ligger under 20 minutters kørsel i bil fra Slotsarkaderne i Hillerød.

Helsingør er en del af hovedstadsområdet, hvor detailhandelscentrene ligger geografisk tæt på hinanden. Helsingørs handelsliv er derfor ikke alene bestemt af udviklingen i Helsingør, men i høj grad også af udviklingen i de konkurrerende handelsbyer og handelscentre i regionen. I de senere år er detailhandlen blevet udbygget markant i hovedstadsområdet, og flere kommuner er fortsat interesserede i at udlægge mange nye arealer til butikformål - især til butikker med pladskrævende varegrupper i tidligere erhvervsområder, hvor der er god tilgængelighed med bil.

### KONKURRERENDE BUTIKSCENTRE

Helsingør ligger i den nordlige del af Hovedstadsområdet med Halsnæs, Helsingør, Hillerød og Fredensborg Kommuner som nabokommuner. Helsingør og Hillerød Kommuner, hvor der ligger butikcentre, fungerer som hovedkonkurrenter for detailhandlen i Helsingør. Detailhandlen i Helsingør er også i konkurrence med detailhandlen i København.

- > Prøvestenscentret, som ligger i Helsingørs aflastningsområde, ligger i en kørselsafstand af ca. 27 km fra Helsingør bymidte. Prøvestenscentret blev renoveret i 2008 og rummer ca. 30 enheder (butikker, spisesteder mfl.), heriblandt et Kvickly varehus og større udvalgsvarebutikker som Jysk og Kvik. Detailhandlen i Prøvestenscentret omsatte for ca. 650 mio. kr. i 2011 og 725 mio. kr. i 2016. Der er ca. 30.000 m<sup>2</sup> butiksareal til udlejning i Prøvestenscentret.
- > I Helsingør bymidte ligger butikcentret Helsingør bycenter med 24 enheder og en detailhandelsomsætning på ca. 400 mio. kr. pr. år. Helsingør bycenter udgør i kombination med den øvrige detailhandel og de øvrige publikumsorienterede byerhverv i Helsingør bymidte en konkurrent til detailhandlen i Helsingør.

- > I Espergærde, i den sydlige del af Helsingør, ligger Espergærde Centret med ca. 40 enheder og en detailhandelsomsætning på ca. 400 mio. kr. pr. år. På baggrund af butikssammensætningen og placeringen, så vurderes det, at Espergærde Centret kun i mindre grad udgør en konkurrent til detailhandlen i Helsingør.
- > Mod syd er Hillerød det nærmeste større handelssted. I Hillerød ligger butikscentret SlotsArkaderne, som blev ombygget i 2007, samt Bilka. SlotsArkaderne ligger i Hillerød bymidte. Kørselsafstanden fra Helsingør bymidte til SlotsArkaderne er ca. 15 km. SlotsArkaderne rummer ca. 50 enheder. Detailhandlen i SlotsArkaderne omsatte for ca. 485 mio. kr. i 2011 og over 1 mia. kr. i 2016. Der er ca. 24.000 m<sup>2</sup> butiksareal til udlejning i SlotsArkaderne. SlotsArkaderne havde ca. 5,5 mio. besøgende i 2016.
- > Butikscentret Gallerierne i Hillerød er efter flere år med krise og tomgang i juni 2017 blevet solgt til en investorgruppe, der p.t. arbejder med at finde den optimale anvendelse for bygningen. Dette omfatter bl.a. "den rette blanding af butikker og servicekoncepter". Det sker med henvisning til den store købekraft i Hillerød.<sup>1</sup> Udviklingen af Gallerierne styrker Hillerød yderligere som konkurrerende handelsdestination til Helsingør.

Detailhandlen i Helsingør er også i konkurrence med detailhandlen i København, herunder de mange butikscentre. Et eksempel er Field's i Ørestaden, som bl.a. rummer et Bilka varehus og et stormagasin. Kørselsafstanden fra Helsingør bymidte til Field's er ca. 55 km svarende til en køretid på ca. 45 min.

KONKURRERENDE BUTIKSCENTRE I REGIONEN			
Butikscenter	Kommune	Antal enheder, 2017 (detailhandel mv.)	Detailhandels- omsætning, 2016
Espergærde Centret	Helsingør	ca. 40	ca. 400 mio. kr.
Helsingør Bycenter	Helsingør	ca. 24	ca. 400 mio. kr.
Prøvestenscentret	Helsingør	ca. 30	ca. 725 mio. kr.
Field's	København	ca. 130	ca. 2.770 mio. kr.
SlotsArkaderne	Hillerød	ca. 50	ca. 1.060 mio. kr.
Gallerierne	Hillerød	Under udvikling	Ukendt

Tabel 1: Omsætningstal stammer fra Danmarks Største Shoppingcentre 2017, Retail Institute Scandinavia.

<sup>1</sup> <http://hillerodet.lokalavisen.dk/gallerierne-er-solgt-investorgruppe-har-mange-gode-ideer-/20170615/artikler/706159733/1030>



### UDVIKLINGEN I DETAILHANDLEN I HILLERØD

Nordsjællands bymønster er kendetegnet ved nogle få mellemstore byer og en række mindre byer. Hillerød og Helsingør udgør de to største byer. Hillerød og Helsingør Kommuner er de nabokommuner til Gribbskov Kommune, hvor der findes handelssteder, der i størrelse og kvalitet kan konkurrere med detailhandlen i Helsingør. Detailhandlen i Halsnæs og Fredensborg Kommuner er mere begrænset, og handelsstederne i disse kommuner vurderes i mindre grad at være i stand til at konkurrere med handelsstederne i Gribbskov Kommune.

Hillerød har med sin centrale placering et stort opland, da Hillerød er det nærmeste større handelscenter for mange af nabokommunerne, herunder Gribbskov Kommune. Hillerød Kommune ligger på strækningen mellem København og sommerhusområderne i Gribbskov Kommune. Det betyder, at Hillerød er et attraktivt sted at købe ind på vej til sommerhuset.

De seneste to detailhandelsanalyser for Hillerød Kommune er fra 2011 og 2007. Tilsammen giver de to detailhandelsanalyser et billede af udviklingen i detailhandlen i perioden 2007-2011. I 2015 blev der foretaget en kortlægning af butikker og servicefunktioner, men uden registrering af omsætning/areal.

Dækningsgraden for hele kommunen er faldet fra 132 % i 2006 til 129 % i 2010. Det viser, at Hillerød Kommune fortsat har været i stand til at tiltrække

kunder fra andre kommuner. Det er knap en tredjedel af omsætningen i Hillerøds detailhandel, der kommer fra borgere, der bor uden for kommunen. Desuden er det lykkedes detailhandlen i Hillerød Kommune at fastholde en stabil handelsbalance i perioden 2006–2010, trods finanskrisen fra 2007. Det vurderes, at etableringen af Bilka i Hillerød bymidte i 2012 har bidraget til fortsat at tiltrække kunder fra et opland, der strækker sig ud over kommunegrænsen, og holde handelsbalancen stabil.

Dækningsgraden for dagligvarer var på samme niveau (129 %) i 2010 som i 2006. Inden for beklædningsbranchen er dækningsgraden faldet fra 158 % til 125 %. Det afspejler den generelle tendens, at beklædningsbranchen er mest følsom for konjunkturerne. Da opgørelsesmetoderne for øvrige udvalgsvarer har været forskellige i de to analyser, er det ikke muligt at sammenligne de to opgørelser.

I 2010 var der 307 butikker i Hillerød Kommune, fordelt som 59 dagligvarebutikker, 66 beklædningsbutikker, 146 øvrige udvalgswarebutikker og 36 butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Ca. 2/3 af butikkerne i Hillerød Kommune ligger i Hillerød bymidte. En kortlægning fra 2015 viser, at der er ca. 190 butikker i Hillerød bymidte, hvilket er stort set på niveau med 2010. Der er kun registreret ca. 5 færre butikker end i 2010. De fleste andre danske byer på samme størrelse har mistet op til 25 % af butikkerne i perioden 2008–2015. Antallet af andre byerhverv i Hillerød bymidte som restaurationserhverv og serviceerhverv var 223 i 2015.

I alt omsatte detailhandlen i 2010 for ca. 4,8 mia. kr. Dagligvarebutikker omsatte for ca. 1,5 mia. kr., udvalgswarebutikker for ca. 1,9 mia. kr. og butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper omsatte for ca. 1,4 mia. kr. De største handelsområder i Hillerød Kommune målt på omsætning er bymidten med ca. 2,1 mia. kr. og Hillerød by i øvrigt med ca. 2,5 mia. kr.

Hillerød Kommune overvejer p.t. at udvide bymidten og udlægge et aflastningsområde vest for Hillerød bymidte i området syd for Herredsvejen mellem Egespurs Allé og Hillerød motorvejens forlængelse. Aflastningsområdet vil være tiltænkt store udvalgswarebutikker. Planerne involverer, at der udlægges

- > 10.000 m<sup>2</sup> til store udvalgswarebutikker i den udvidede del af bymidten
- > ca. 25.000 m<sup>2</sup> til store udvalgswarebutikker i et nyt aflastningsområde
- > ca. 25.000 m<sup>2</sup> til forbrugerorienterede butikker, der forhandler pladskrævende varer. Ved forbrugerorienterede butikker forstås butikker med stor kundestrøm, der sælger pladskrævende varer til private f.eks. byggemarkeder og plantecentre.

Strategien kan udmøntes i Forslag til Kommuneplan 2017. Hvis udbygningerne realiseres, så vil detailhandlen i Helsingør alt andet lige være i større konkurrence med detailhandlen i Hillerød end i dag.

### UDVIKLINGEN I DETAILHANDLEN I HELSINGØR

De seneste to detailhandelsanalyser for Helsingør Kommune er fra 2005 og 2013.

Dækningsgraden i Helsingør Kommune har været stabil i perioden 2005-2012. Dækningsgraden var ca. 114 % i 2005 og ca. 115 % i 2012. Tallene dækker over, at dækningsgraden inden for dagligvarer er faldet fra ca. 127 % til 123 %, mens den er steget fra ca. 100 % til 105 % inden for udvalgsvarer.

De ca. 127 dagligvarebutikker omsatte for ca. 2 mia. kr. i 2012, mens omsætningen i de 239 udvalgswarebutikker var på et niveau i størrelsesordenen 1,4 mia. kr. i 2012. Detailhandlen i Helsingør Kommune er koncentreret i Helsingør by, og omsætningen i detailhandlen i Helsingør by udgør knap 70 % af detailhandelsomsætningen i Helsingør Kommune.

### DETAILHANDLEN I HALSNÆS OG FREDENSBORG KOMMUNER

Detailhandelsudbuddene i de to nabokommuner Halsnæs og Fredensborg er betydeligt mere begrænsede end i Hillerød og Helsingør Kommuner, og er kun i mindre grad i konkurrence med detailhandlen i Gribskov Kommune. Køreafstandene ad vejnettet spiller også en væsentlig rolle. Det tager således kortere tid at køre fra Helsingør til SlotsArkaderne i Hillerød end at køre fra Helsingør til Frederiksværk eller Fredensborg.

I Halsnæs Kommune var der i alt 142 butikker i 2008, fordelt med 59 inden for dagligvarer og 83 inden for udvalgsvarer. Dagligvarebutikkerne omsatte for ca. 880 mio. kr. og udvalgswarebutikkerne omsatte for ca. 450 mio. kr. Detailhandlen i alt omsatte for ca. 1,3 mia. kr. De største handelscentre i kommunen er Frederiksværk, der står for knap halvdelen af detailhandlens omsætning, og Hundested-Lynæs, hvor der er en betydelig dagligvarehandel.

I Fredensborg Kommune var der i alt 85 butikker i 2014, fordelt med 44 inden for dagligvarer og 41 inden for udvalgsvarer. Dagligvarebutikkerne omsatte for ca. 1,1 mia. kr. og udvalgswarebutikkerne omsatte for ca. 200 mio. kr. Detailhandlen i alt omsatte for ca. 1,3 mia. kr. De største handelscentre i kommunen er Fredensborg og Kokkedal, men handlen er stort set lige fordelt mellem områderne Fredensborg, Kokkedal, Humlebæk og Nivå.

### DETAILHANDLEN I STORKØBENHAVN

Som nævnt er detailhandlen i Helsingør også i konkurrence med detailhandlen i Storkøbenhavn. Det stærkeste udbudspunkt for detailhandel i Storkøbenhavn er Strøget samt Field's, der er Danmarks største butikscener målt på omsætning og udlejningsareal. De øvrige store butikscener som Magasin, Illum og Fisketorvet har også store regionale oplande.

Desuden findes en række andre store butikscener i Storkøbenhavn, som har mindre betydning for detailhandlen i Helsingør på grund af deres størrelse og afstand til Helsingør. De øvrige største butikscener i Storkøbenhavn er Amager Centret, Ballerup Centret, Waves, Frederiksbergcentret, Glostrup Storcenter, Lyngby Storcenter, BIG Shopping Herlev og Rødovre Centret.

DÆKNINGSGRADER I NABOKOMMUNERNE					
Kommune	År	Dagligvarer	Udvalgsvarer		I alt
Hillerød	2010	129	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	129
			125 %	92 %	
Helsingør	2012	123 %	105 %		115 %
Halsnæs	2007	129 %	62 %		94 %

Dækningsgraderne stammer fra de pågældende detailhandelsanalyser.

#### UDVIKLINGEN I INTERNETHANDLEN

De fysiske butikker i Helsingør udsættes i stigende grad for konkurrence fra internethandlen. Den stigende e-handel skærper kravene til de fysiske butikker i Helsingør, som dermed i dag ikke blot konkurrerer med butikkerne i nabokommunerne, men også med netbutikker. Zalando, som er den oftest brugte netbutik blandt danskerne, stod i 2016 for ca. 2,6 % af handlerne online. I 2015 omsatte Zalando for ca. 23 mia. kr.

DE 10 OFTEST BRUGTE WEBSHOPS BLANDT DANSKERNE	
PLADS	WEBSHOP
1.	ZALANDO
2.	EBAY
3.	AMAZON
4.	SAXO
5.	ELGIGANTEN
6.	NEMLIG
7.	CDON
8.	BILKA
9.	COOP.DK
10.	H&M

Tabel 2: De 10 oftest brugte netbutikker blandt danskerne målt på antal handler i første halvår af 2016. (Årsrapport 2016 Light, FDIH, 2016)

### BEFOLKNINGSUDVIKLING I NABOKOMMUNERNE

Den historiske befolkningsudvikling i Gribskov Kommune samt nabokommunerne har været positiv. I alle kommunerne er befolkningsudviklingen positiv i perioden 2010-2017 og væksten omfatter et spænd fra 0-6 %. Befolkningsvæksten medfører, at kundegrundlaget og dermed forbrugsgrundlaget stiger.

BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN I GRIBSKOV KOMMUNE OG NABOKOMMUNER				
Kommune	Indbyggere 2010	Indbyggere 2017	Ændring 2010-2017	Ændring i %
Fredensborg	39.226	40.504	1.278	3
Helsingør	61.143	62.443	1.300	2
Hillerød	47.473	50.109	2.636	6
Halsnæs	31.077	31.162	85	0
Gribskov	40.694	41.213	519	1
Kilde: Danmarks Statistik				



## 7 Centerstrukturen i Helsinge

Centerstrukturen i Helsinge består af Helsinge Bymidte, Lokalcenter Bymosecenteret, Lokalcenter Helsinge - Tofte og to områder til særligt pladskrævende varegrupper ved de to lokalcentre. Helsinge bymidte har flest butikker, det største udvalg og fungerer som indkøbssted for byen og oplandet. Bymosecenteret betjener det lokale opland. Der er endnu ingen detailhandel i Lokalcenter Helsinge – Tofte. Kun to butikker i Helsinge ligger uden for centerstrukturen. Et fintmasket net af dagligvarebutikker sikrer, at størstedelen af borgerne har kort afstand til dagligvareindkøb.

**Helsinge bymidte** er kommunens vigtigste handelssted. Helsinge bymidte har et bredt udbud af dagligvare- og udvalgswarebutikker. Der ligger fire discountbutikker og et varehus i Helsinge Bymidte. Netto, Fakta og Kvickly ligger ved krydset Rådhusvej-Frederiksborgvej i den sydlige del af bymidten. Lidl ligger mellem Vestergade og Skolegade i den nordvestlige del af bymidten, og Irma ligger på Hammerichsvej med butiksindgang fra Østergade. Derudover er der p.t. planer om etablering af en REMA 1000 centralt i bymidten. Østergade er byens gågade. Størstedelen af udvalgswarebutikkerne ligger langs med Østergade, som strækker sig ca. 350 m fra Vestergade i vest og Rådhusvej i Øst.

**Lokalcenter Bymosecenteret** rummer en dagligvarebutik, Aldi, og en cykelhandler. Dagligvarebutikken i lokalcentret betjener primært de omkringliggende boligområder ved Frederiksborgvej, Bymosevej og Ammendrupvej i den sydøstlige del af Helsinge samt forbikørende trafik på Rundinsvej. Årsdøgnstrafikken på Rundinsvej blev i 2014 målt til ca. 6.100.

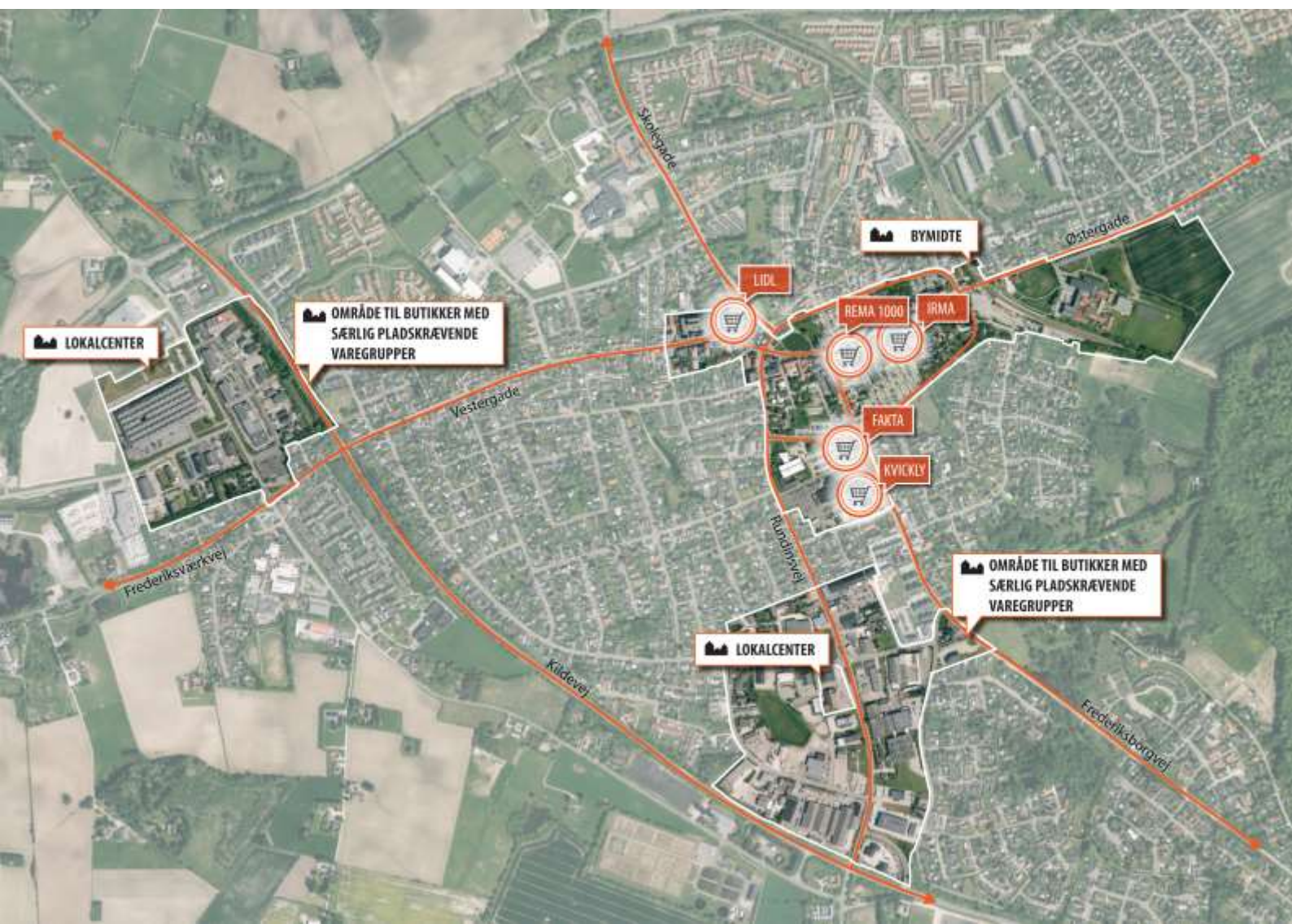
I **Lokalcenter Helsinge - Tofte** er der endnu ikke opført bebyggelse til butiksformål. Arealrammen for lokalcentret er begrænset til 1.000 m<sup>2</sup>, og disse må kun anvendes til dagligvarebutik. Detailhandlen i lokalcentret er begrænset i forhold til kommunens øvrige lokalcentre, hvor der er mulighed for et bruttoetageareal til butiksformål på 3.000 m<sup>2</sup>. De relativt begrænsede muligheder for detailhandel i Lokalcenter Helsinge – Tofte skal ses i lyset af, at der er søgt at finde en passende balance imellem på den ene side lokal dagligvareforsyning i det vestlige Helsinge og Skærød og på den anden side målsætningen om et fastholde et attraktivt og koncentreret butiksliv i Helsinge Bymidte.



Lokalcenteret vil primært komme til at betjene de omkringliggende boligområder omfattende Skærød samt boligområderne vest for Kildevejen ved Toftemarken, Toftevangen. Lokalcenteret vil også betjene det boligområde, der er under udvikling på den tidligere Tofteskoles areal. Der bor ca. 600-700 borgere i Skærød, mens der bor ca. 500-600 borgere i Tofteområdet på nuværende tidspunkt, dette tal vil stige efterhånden som Tofteskolen omdannes til boligformål. Lokalcenteret vil også betjene den forbiørende trafik på Helsingørvej og Kildevej.

I **Erhvervsområdet Tofte**, der er udlagt som område til særligt pladskrævende varegrupper, ligger en række større butikker som Jysk, Thansen og Jem&Fix. I alt ligger der 10 butikker i området, heraf 3 butikker med særligt pladskrævende varer i form af bilforhandlere, 6 butikker med øvrige udvalgsvarer i form af fortrinsvist boligudstyr og én beklædningsbutik. Butikkerne i Erhvervsområde Tofte er arealmæssigt store.

Øst for Lokalcenter bymosecentret ligger området **Rundinsvej i Helsingø**, der er et område til særlig pladskrævende varegrupper. I området ligger 11 butikker. Ud af de 11 butikker er 7 forhandlere af særlig pladskrævende varer (1 byggemarked og 6 bilforhandlere), 3 er øvrige udvalgsvarebutikker og 1 butik er en dagligvarebutik (tankstationskiosk).



## 8 Butikker, kæder og areal

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, hvordan dækningen med butikstyper er i Helsinge, og hvor meget areal butikkerne dækker over.

### ANTAL AF BUTIKKER

Der er i alt 87 butikker i Helsinge, heraf 21 dagligvarebutikker, 55 udvalgsvarerbutikker og 11 butikker med særlig pladskrævende varer. Ud af de 55 udvalgsvarerbutikker er 16 beklædningsbutikker og 39 er øvrige udvalgsvarerbutikker. Ud af de 11 butikker med særligt pladskrævende varer er 10 af butikkerne bilforhandlere. Der ligger 63 butikker i Helsinge bymidte.

ANTAL BUTIKKER I HELSINGE FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2017					
Centerområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særlig pladskrævende	I alt
Erhvervsområdet Tofte	-	1	6	3	10
Helsinge Bymidte	19	15	29	-	63
Lokalcenter Helsinge - Tofte	-	-	-	-	-
Lokalcenter Bymosecenteret	1	-	1	-	2
Rundinsvej i Helsinge	1	-	3	7	11
Uden for centerstruktur	-	-	1	1	2
<b>I alt</b>	<b>21</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>11</b>	<b>88</b>

Butikkerne er kortlagt ved besigtigelse i juni 2017. Antallet af butikker er inkl. 10 bilforhandlere.

### KÆDEFORHOLD

Kædeforholdene er undersøgt for alle butikker ekskl. bilforhandlere. Andelen af kapitalkæder er 30 %, andelen af frivillige kæder er 16 % og andelen af butikker uden for kædesamarbejde er ca. 55 %. Andelen af butikker uden for kædesamarbejde er højere end i andre byer af samme størrelse og andelen af butikker i kapitalkæder og frivillige kæder er lavere. De mange ejerledede butikker kan udvikles til en styrkeposition: Helsingør som by med attraktive og unikke butikker, der ikke findes i andre bymidter.

KÆDEFORHOLD FOR BUTIKKER I HELSINGE, 2017					
Opland	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særlig pladskrævende	I alt
Kapitalkæde	8	3	11	1	23
Frivillig kæde	5	4	3	-	12
Uden for kædesamarbejde	8	9	26	-	43
<b>I alt</b>	21	16	39	1	78
Ekskl. bilforhandlere.					

### BRUTTOETAGEAREAL

Det samlede bruttoetageareal af detailhandlen i Helsingør er ca. 44.300 m<sup>2</sup>. Heraf udgøres ca. 9.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 20 % af dagligvarebutiksareal, ca. 20.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 45 % udgøres af udvalgsvarebutiksareal og 15.300 m<sup>2</sup> svarende til ca. 35 % udgøres af forhandlere af særlig pladskrævende varer.

Ud af de ca. 20.000 m<sup>2</sup> udvalgsvarebutiksareal udgøres ca. 3.350 m<sup>2</sup> af beklædningsbutikker og ca. 16.750 m<sup>2</sup> af øvrige udvalgsvarebutikker.

Langt størstedelen af de ca. 15.300 m<sup>2</sup> forhandlere af særlig pladskrævende varer udgøres af bilforhandlere. De 10 bilforhandlere har et samlet bruttoetageareal på ca. 14.050 m<sup>2</sup>. Hvis der ses bort fra bilforhandlere, så udgør butikkerne i Helsingør bymidte ca. 68 % af det samlede bruttoetageareal.

BRUTTOETAGEAREAL I HELSINGE FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2017					
Centerområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særlig pladskrævende	I alt
	ca. m <sup>2</sup>				
Erhvervsområdet Tofte	-	250	5.650	6.300	12.200
Helsing Bymidte	7.950	3.100	9.050	-	20.050
Lokalcenter Helsing - Tofte	-	-	-	-	-
Lokalcenter Bymosecenteret	950	-	550	-	1.500
Rundinsvej i Helsing	100	-	1.300	7.750	9.100
Uden for centerstruktur	-	-	250	1.250	1.250
<b>I alt</b>	<b>9.000</b>	<b>3.350</b>	<b>16.750</b>	<b>15.300</b>	<b>44.300</b>
<p>Oplysninger om bruttoetageareal er indsamlet i juni 2017. Arealerne er rundet op til nærmeste 50 m<sup>2</sup>. Arealerne er inkl. bruttoetagearealet på ca. 14.050 m<sup>2</sup> af 10 bilforhandlere. Arealet er fordelt på hovedvaregrupper i større butikker, der forhandler flere varegrupper.</p>					

Gribskov Kommune har i 2013 vurderet bruttoetagearealet til detailhandel i centerområderne i Gribskov Kommune, herunder i centerområderne Helsing. Tallene fra 2013 kan grundet opgørelsesmetoderne ikke betragtes som fuldt pålidelige.

Det er dog sandsynligt, at tendensen i tallene er korrekte. De giver dermed mulighed for at tegne et billede af udviklingen i bruttoetagearealerne i centerområderne i Helsing i perioden 2013-2017.

Sammenlignes bruttoetagearealerne i de enkelte centerområder i perioden 2013-2017, tegner der sig et billede af, at bruttoetagearealet er reduceret i Helsing bymidte og i området til særlig pladskrævende varegrupper, Rundinsvej i Helsing, mens bruttoetagearealet er steget i Erhvervsområdet Tofte. Afgrænsningerne af centerområderne er ikke ændret i perioden. Der ligger i dag to butikker uden for centerområderne i Helsing.

BRUTTOETAGEAREAL FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2017	
Centerområde	Bruttoetageareal 2017 (m <sup>2</sup> )
Helsinge bymidte	20.050
Lokalcenter Bymosecentret	1.500
Lokalcenter Helsinge – Tofte	-
Erhvervsområdet Tofte	12.200
Rundinsvej i Helsinge	9.100
Uden for centerstruktur	1.250
Total Helsinge	44.050
<p>Oplysninger om bruttoetageareal i 2017 er registreret af COWI i juni 2017. Arealerne i 2017 er rundet op til nærmeste 50 m<sup>2</sup>. Arealerne i 2017 er inkl. bruttoetagearealet på ca. 14.050 m<sup>2</sup> af 10 bilforhandlere. Grundet det usikre datagrundlag for 2013 er udviklingen i bruttoetagearealet ikke opgjort på centerområde-niveau.</p>	

## 9 Omsætning og dækningsgrader

Detailhandlen i Helsingør omfatter i 2016 for ca. 750 mio. kr. Dækningsgraden for lokaloplandet til Helsingør er 115, hvilket svarer til et overskud på handelsbalancen på ca. 100 mio. kr. Omsætningen i detailhandlen i Helsingør bymidte udgjorde ca. 80 % af den samlede omsætning i Helsingør. Dagligvare- og udvalgsvareomsætningen udgjorde hver ca. 50 % af den samlede omsætning i Helsingør.

### OMSÆTNING FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER OG OMRÅDER

Detailhandlen i Helsingør omfatter i alt for ca. 750 mio. kr. i 2016<sup>2</sup>. Dagligvareomsætningen var ca. 375 mio. kr. og udvalgsvareomsætningen, inkl. omsætningen fra én butik med særligt pladskrævende varer, var ca. 375 mio. kr. Udvalgsvareomsætningen udgjordes af en beklædningsomsætning på ca. 85 mio. kr. og en øvrig udvalgsvareomsætning, inkl. omsætningen fra én butik med særligt pladskrævende varer, på ca. 290 mio. kr.

Dagligvareomsætningen udgjorde altså ca. 50 % af omsætningen i Helsingør, mens udvalgsvareomsætningen tilsvarende udgjorde ca. 50 % af omsætningen. Beklædningsomsætningen udgjorde ca. 25 % af udvalgsvareomsætningen, mens den øvrige udvalgsvareomsætning udgjorde de resterende ca. 75 % af udvalgsvareomsætningen.

Dagligvareomsætningen er koncentreret i Helsingør bymidte, som er det absolut stærkeste udbudspunkt for dagligvarer i Helsingør. Aldi er den eneste større dagligvarebutik uden for Helsingør bymidte på nuværende tidspunkt. Udvalgsvareomsætningen i detailhandlen i Helsingør bymidte er ca. dobbelt så stor som udvalgsvareomsætningen i detailhandlen i de øvrige dele af Helsingør. Der ligger kun én beklædningsbutik uden for Helsingør bymidte.

---

<sup>2</sup> Inkl. moms og ekskl. omsætningen fra bilforhandlere.

OMSÆTNING I HELSINGE FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2016					
Centerområde	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer og særlig pladskrævende varer	I alt	
	ca. mio. kr. 2016				
Helsinge Bymidte	*	*	150	595	
Erhvervsområdet Tofte	-	*	130	75	
Lokalcenter Helsinge - Tofte	*	*			
Uden for centerstruktur	-	-			
Rundinsvej i Helsinge	*	-			70
Lokalcenter Bymosecenteret	*	-			
<b>I alt</b>	<b>375</b>	<b>85</b>	<b>280</b>	<b>740</b>	
<p>Oplysninger om omsætning i 2016 er indsamlet ved henvendelse direkte til de enkelte butiksdrivende i juni 2017. COWI har vurderet omsætningen for de butikker, hvor de butiksdrivende ikke har ønsket at oplyse omsætningen. Omsættningstallene er ekskl. omsætningen i bilforhandlere. Omsætningen er fordelt på hovedvaregrupper i større butikker, der forhandler flere varegrupper. *Kan ikke oplyses af anonymitetshensyn. –Ingen butikker.</p>					

### UDVIKLINGEN I BUTIKKERNES OMSÆTNING

I forbindelse med butiksregistreringen er de butiksdrivende blevet spurgt om omsætningen i butikken i 2014 og i 2016, som er det seneste regnskabsår. På den måde er det muligt at beskrive udviklingen i perioden 2014-2016. Derudover er de butiksdrivende blevet spurgt om forventningerne til omsættningens udviklingen de næste to år, dvs. i perioden 2016-2018. Dermed er det muligt at tegne et billede af de butiksdrivendes forventning til fremtiden.

I det følgende beskrives omsættningens udviklingen ekskl. udviklingen hos bilforhandlerne.



### UDVIKLINGEN I PERIODEN 2014-2016

Det generelle billede er, at knap 60 % af de butik drivende melder om vækst i deres omsætning i perioden 2014-2016, ca. 25 % melder om status quo og ca. 15 % melder om tilbagegang.

Den gennemsnitlige udvikling i den enkelte dagligvarebutiks omsætning var en vækst på ca. 6 %. De butik drivende i beklædningsbutikkerne melder om en gennemsnitlig vækst på ca. 4 %, og de butik drivende i de øvrige udvalgsvarer butikker samt én enkelt forhandler af særligt pladskrævende varer melder ligeledes om en gennemsnitlig vækst på ca. 4 %. Samlet set melder de butik drivende om en gennemsnitlig vækst i deres omsætning på ca. 5 %.

UDVIKLING I OMSÆTNING FORDELT PÅ HOVEDBRANCHE, 2014-2016		
Hovedbranche	Antal butikker med en oms. de seneste 2 år	Gst. udvikling i oms. de seneste 2 år
Dagligvarer	21	6 %
Beklædning	16	4 %
Øvrige udvalgsvarer og særlig pladskrævende	40	4 %
<b>I alt</b>	<b>77</b>	<b>5 %</b>
Butikker, der er lukket i perioden 2014-2016 indgår ikke i opgørelsen. Alle butikker indgår med samme vægtning uanset omsætningernes størrelse.		

UDVIKLING I OMSÆTNING FORDELT PÅ KÆDEFORHOLD, 2014-2016		
Ændring	Kapitalkæde eller frivillig kæde	Uden for kædesamarbejde
Vækst	23	19
Uændret	6	15
Fald	5	5

### UDVIKLINGEN I PERIODEN 2017-2018

Kortlægningen af butikkernes forventninger viser, at ca. 35 % af de butik drivende forventer vækst i deres omsætning i perioden 2017-2018, ca. 50 % forventer status quo og ca. 15 % forventer tilbagegang.



Dagligvarebutikkerne forventer gennemsnitligt en omsætningsvækst på ca. 4 %. Beklædningsbutikkerne forventer en gennemsnitlig vækst på ca. 3 %, og butikkerne med øvrige udvalgsvarer samt én enkelt forhandler af særligt pladskrævende regner med en vækst på ca. 2 %. Samlet set forventer de butiksdrivende om en omsætningsvækst på ca. 3 %.

FORVENTET UDVIKLING I OMSÆTNING, 2017-2018		
Hovedbranche	Antal butikker	Forventet udvikling i omsætningen 2016-2018
Dagligvarer	21	4 %
Beklædning	16	3 %
Øvrige udvalgsvarer og særlig pladskrævende	40	2 %
<b>I alt</b>	<b>77</b>	<b>3 %</b>

Butikker, der er lukket i perioden 2014-2016 indgår ikke i opgørelsen. Alle butikker indgår med samme vægtning uanset omsætningernes størrelse.

UDVIKLING I OMSÆTNING, 2017-2018		
Ændring	Kapitalkæde eller frivillig kæde	Uden for kædesamarbejde
Vækst	12	15
Uændret		
Fald	5	6

### OPSAMLING

De fleste butiksdrivende melder om omsætningsvækst i perioden 2014-2016 og forventer status quo eller en fortsat positiv udvikling i perioden 2017-2018. Særligt dagligvarebutikkerne ser lyst på fremtiden.

Det kan konkluderes, at kapitalkæderne og de frivillige kæder i lidt større grad melder om vækst i den forgangne periode og forventet vækst end butikkerne uden for kædesamarbejde. Omvendt melder butikkerne uden for kædesamarbejde i lidt større grad om et historisk og forventet omsætningsfald.

Det er positivt for handelslivet i Helsingør, at langt de fleste butiksdrivende melder om positive tendenser de seneste to år. Mindst lige så vigtig er optimismen

om en fortsat positiv udvikling de næste år. Den positive stemning kan anvendes som drivkraft for fortsat udvikling af detailhandlen i Helsingør.

#### FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Ved hjælp af et udtræk fra Danmarks Statistik på forbrugsgrupper er indbyggernes forbrug i fysiske butikker beregnet. Forbrugsberegningen gør det muligt at beregne dækningsgraden, der er butikkernes omsætning divideret med indbyggernes forbrug. Der er beregnet dækningsgrader for lokaloplandet til Helsingør.

Dækningsgraden er et udtryk for et givent områdes detailhandelsmæssige styrke. En dækningsgrad over 100 % udtrykker, at der er et handelsoverskud, hvor butikkerne i området omsætter for mere end indbyggerne forbruger. Det betyder, at områdets butikker står stærkt og rækker ud over det lokale opland.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2016. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at formålet med dækningsgraden er at udtrykke forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, vil dækningsgraden være en del lavere.

Dækningsgraderne er beregnet for lokaloplandet til Helsingør. Lokaloplandet til Helsingør er afgrænset som det orange område på figuren nedenfor.



Lokaloplandet til Helsinge indeholder foruden Helsinge inkl. Skærød også landsbyerne Annisse, Annisse Nord, Ågerup, Laugø, Ørby, Valby, Sletelte, Nellerød, Mårum m.fl. Lokaloplandet er således afgrænset sådan, at det ikke indeholder landsbyer med egen, større dagligvareforsyning. Lokaloplandet er her afgrænset skarpt, men i praksis er forbrugernes indkøbsmønstre mere komplekse. Oplandets størrelse varierer eksempelvis efter, hvilken varegruppe, der måles på.

De fleste vil normalt købe dagligvarer i nærheden af bopælen, hvorimod udvalgsvarer ofte købes i større centre eller bymidteområder, hvor udvalget er størst. Dertil kommer, at mange foretager indkøb af udvalgsvarer på vej hjem fra arbejde og på større indkøbsture i weekenden. Der kan således tales om primære og sekundære oplande og udstrækningen af lokaloplandet er mindre end rækkevidden af detailhandlen i et opland.

Der er ikke foretaget en registrering af butikker uden for Helsinge. En screening viser, at detailhandlen uden for Helsinge by i lokaloplandet til Helsinge er begrænset. I beregningen af dækningsgrader indgår den vurderede omsætning i den detailhandel, som er registreret på baggrund af screeningen.

DÆKNINGSGRADER FOR LOKALOPLANDET TIL HELSINGE, 2016				
Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer	I alt
102	100	149	133	115
I beregningen af dækningsgrader indgår den detailhandel, som er identificeret på baggrund af en screening for detailhandel i lokaloplandet uden for selve Helsinge by. Der er ikke foretaget en egentlig besigtigelse af områderne uden for Helsinge by. Evt. ikke-registreret detailhandel i lokaloplandet uden for Helsinge by medfører, at de beregnede dækningsgrader er for lave.				

Dækningsgraden for lokaloplandet til Helsinge i 2016 er beregnet til 115 % svarende til et handelsoverskud på i størrelsesordenen 100 mio. kr. Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 102 %, hvilket indikerer, at der næsten er balance mellem dagligvarebutikkernes omsætning og borgernes dagligvareforbrug. Overskuddet på 2 % svarer til ca. 10 mio. kr. pr. år.

Dækningsgraden for beklædning i 2016 er beregnet til 100 % for lokaloplandet til Helsinge. Dermed er der balance på handelsbalancen for tøj og sko, hvilket må betegnes som tilfredsstillende for en by af Helsinges størrelse.

Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er i 2016 beregnet til 149 % for lokaloplandet til Helsinge, hvilket må betegnes som særdeles tilfredsstillende. Dækningsgraden vidner om, at der er et betydeligt årligt overskud på handlen med boligudstyr, elektronik mv. på ca. 90 mio. kr. Helsinge bymidte har et relativt stort udvalg af mindre udvalgswarebutikker, mens Erhvervsområdet Tofte har et mindre udvalg af store udvalgswarebutikker.

Dækningsgraden for beklædning er højere end i andre byer på størrelse med Helsingør, og dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer (elektronik, boligudrustning, bøger mv.) er betydeligt højere end i andre byer på størrelse med Helsingør. De forholdsvis høje dækningsgrader for udvalgsvarer skal sandsynligvis ses i sammenhæng med, at mange sommerhusgæster og turister vælger at købe udvalgsvarer i Helsingør.

Når dækningsgraden for dagligvarer ligger på et niveau omkring 100 % og ikke højere, skal det sandsynligvis ses i sammenhæng med, at byerne Ramløse, Tisvildeleje, Vejby, Blistrup, Rågeleje, Smidstrup, Gilleleje m.fl. alle har egen dagligvareforsyning bestående af store dagligvarebutikker. De mange sommerhusgæster køber sandsynligvis en stor del af deres dagligvarer i dagligvarebutikkerne i disse byer i stedet for at køre til Helsingør. Desuden ligger der et Bilka i Hillerød. Et Bilka har et stort regionalt opland, og det er sandsynligt, at en del af borgerne i lokaloplandet til Helsingør vælger at købe dagligvarer i Bilka.

## 10 Webshop og webtilstedeværelse

Ca. 4 ud af 10 butikker i Helsingør har en webshop tilknyttet den fysiske butik. Det er typisk kæderne, som har adgang til egen webshop.

### KORTLÆGNING AF BUTIKKER MED WEBSHOP

Under dataindsamlingen er det kortlagt, hvilke butikker, der har en webshop tilknyttet. Det kan både være en kapitalkæde, som har en fælles hjemmeside med mulighed for køb af varer, eller en uafhængig butik, der har sin egen hjemmeside med mulighed for køb af varer.

Undersøgelsen viser, at ca. 35 butikker i Helsingør har egen webshop svarende til ca. 40 % af samtlige butikker. Der er en klar sammenhæng mellem kædetilknytning og tilknytning af webshop. Knap 65 % af kapitalkæderne og de frivillige kæder har webshops. Blandt de uafhængige butikker har kun knap 30 % en webshop. Blandt de uafhængige butikker, som ikke har en webshop, har dog ca. ca. 90 % en hjemmeside uden salg af varer eller egen side på sociale medier. Undersøgelsen viser, at ca. 95 % af butikkerne i Helsingør har egen hjemmeside med eller uden salg af varer eller egen side på sociale medier. De 5 %, som ikke har en hjemmeside eller egen side på sociale medier, er uafhængige butikker.

WEBSHOP OG WEBTILSTEDEVÆRELSE FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER			
Hovedbranche	Antal butikker	Med webshop	Med webtilstedeværelse
Beklædning	16	8	15
Dagligvarer	21	8	19
Særligt pladskrævende	11	2	11
Øvrige udvalgsvarer	39	17	38
<b>I alt</b>	<b>87</b>	<b>35</b>	<b>83</b>

WEBSHOP OG WEBTILSTEDEVÆRELSE FORDELT PÅ KÆDEFORHOLD			
Kædeforhold	Antal butikker	Med webshop	Med webtilstedeværelse
Frivillig kæde	12	9	12
Kapitalkæde	23	13	23
Uden for kædesamarbejde	42	12	38
<b>I alt</b>	<b>87</b>	<b>35</b>	<b>83</b>

#### FORDELE VED WEBSHOP, HJEMMESIDE OG BRUG AF SOCIALE MEDIER

Butikker med egen webshop står stærkere i konkurrencen, og i fremtiden bliver e-handel en endnu vigtigere salgskanal. Der er således et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen webshop i forbindelse med den fysiske butik. Udviklingen af butikkernes webshops er et muligt indsatsområde for at styrke detailhandlen i Helsingør. 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 kunder mv. Vedvarende brug af sociale medier kan desuden bidrage til at opbygge en mere loyal kundekreds.

## 11 Manglende kædebutikker

En gennemgang af over 300 kæder, som har butikker i Danmark, viser, at der er 35 kædebutikker i Helsingør. Gennemgangen viser også, at Helsingør mangler en række kædebutikker, som typisk placerer sig i byer som Helsingør. Dermed er der et potentiale for at tiltrække flere kædebutikker til Helsingør og for at styrke Helsingør som handelsby i den regionale konkurrence.

### KÆDEBUTIKKERNES BETYDNING FOR HELSINGØRS ATTRAKTION

Byernes attraktion som handelsbyer er i stigende grad bestemt af tilstedeværelsen af især kapitalkæder. Kapitalkædernes stigende betydning skyldes, at de generelt er bedre end ikke-organiserede butikker til at tiltrække og appellere til forbrugerne ofte på baggrund af sortiment, butiksindretning, størrelse, markedsføring mv. og som oftest er mere strømlinede og hurtigere til at opfange nye forbrugertendenser. Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt et udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Især de arealmæssigt store kædebutikker er i stand til at tiltrække kunder fra et stort opland.

De ejerledede butikker er imidlertid også afgørende for en attraktiv handelsby. Det er dem, der giver den kant og sjæl og differentierer den fra butikscentrene. Fastholdelse og udvikling af de ejerledede butikker i bymidten kan derfor med fordel indgå i en strategi for fremtidssikring af Helsingør bymidte som handelssted.

### KÆDEBUTIKKER I HELSINGØR

I Helsingør by ligger der 35 kædebutikker, heraf er 13 dagligvarebutikker, 21 udvalgsvarebutikker og én forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Hovedparten af kædebutikkerne i Helsingør by ligger i Helsingør bymidte. I Helsingør bymidte ligger således 29 kædebutikker. Omtrent 1/3 af kædebutikkerne i Helsingør bymidte er dagligvarebutikker og omtrent 2/3 er udvalgsvarebutikker. Generelt er kædebutikkerne i Helsingør bymidte mindre end kædebutikkerne uden for bymidten. I Helsingør bymidte ligger dog også en række store kædebutikker, herunder Kvickly og en række discountbutikker, som er med til at sikre et kundeflow til de nærliggende butikker.



Flere af de arealmæssigt store kædebutikker ligger uden for Helsing bymidte. I Erhvervsområdet Tofte, på hjørnet af Helsingørvej og Skovgårdsvej ligger bl.a. Jysk, Jem & Fix, T. Hansen.

### MANGLENDE KÆDEBUTIKKER I HELSINGE

Gennemgangen af kæder viser, at flere kæder, som typisk har butikker i byer af samme størrelse som Helsing, ikke har en butik i Helsing. I alt er der identificeret ca. 90 kæder, som ikke har en butik i Helsing og som potentielt kan tiltrækkes til Helsing. De 90 kæder spænder fra mere nicheorienterede kæder med få butikker på landsplan til udbredte og velkendte kæder.

Eksempler på kæder, som i dag ikke findes i Helsing, og som typisk placerer sig i bymidter, er Bog&Idé, Bahne, Inspiration, Intersport, Mr.

Eksempler på kæder, som evt. kan tiltrækkes til et nyt butiksområde med større butikker (enten øst for bymidten eller i Erhvervsområdet Tofte), Ønskebørn, Bortex, Garant, HTH Køkken, Invita Køkken, JKE Design, Maxi Zoo, Punkt 1, Sadolin Farveland.

EDC Erhverv oplever jævnligt kæder, der afviser en placering i Helsing med henvisning til, at byen er for lille. De oplyser, at det vil være en hjælp for de lokale erhvervsrådgivere at kende tallene for oplandets størrelse i både vinter- og sommersæsonen, så tallene kan bruges i dialogen med kæderne.

### KÆDERNES LOKALISERINGSØNSKER

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

De store udvalgswarebutikker på over 500 m<sup>2</sup> placerer sig typisk uden for den centrale del af bymidten. En naturlig årsag til dette er, at det ofte er vanskeligt at indpasse store butiksenheder i en bymidte, hvor der er bevaringsmæssige hensyn, eller hvor det er vanskeligt at etablere et tilstrækkeligt antal lettilgængelige p-pladser.

De store udvalgswarekæder efterspørger typisk en placering i tilknytning til det overordnede vejnet, hvor der er god tilgængelighed for bilister og gode parkeringsmuligheder. De store udvalgswarebutikker etablerer sig derfor ofte på kanten af byerne, ved indfaldsveje og nær områder til pladskrævende varegrupper. Muligheden for samlokalisering med andre kæder inden for samme branche vægtes også højt af butikskæderne. Et eksempel er f.eks. Jysk og MaxiZoo.

Listen nedenfor kan omvendt anvendes som værktøj, når der løbende opstår ledige lokaler eller byggemuligheder i Helsing. Kæderne kan kontaktes proaktivt og inviteres på besøg i Helsing, så de er opmærksomme på muligheden.

Gribskov Kommune kan vælge gennem planlægningen at udlægge flere arealer til detailhandel i tilknytning den overordnede infrastruktur. Sådanne udlæg kan bidrage til at tiltrække store udvalgswarebutikker, men kan også have uønskede



effekter for den eksisterende detailhandel i Helsinge bymidte. Vores anbefalinger fremgår af kapitel 2: Sammenfatning og anbefalinger.

<b>KÆDER DER MANGLER I HELSINGE</b>		
<b>Kæde</b>	<b>Bruttoetageareal</b>	<b>Branche</b>
Aubo Køkken og Bad	400-800	Køkken og Bad
Bahne	400-800	Isenkræmmer
Beckers	200-400	Farvehandel
Bianco Shoes	200-400	Tekstil
Bog&Idé	300-500	Boghandel
Botex	300-600	Boligtekstil
Bygma	2.000-10.000	Byggecenter
B-Young	200-400	Tekstil
Change	200-400	Tekstil
Click	100-300	Fotohandel
Dan-Bo Møbler	500-1.500	Møbler
Deichmann Sko	300-600	Tekstil
Deres	200-400	Tekstil
Designa Køkken	400-800	Køkken og Bad
Designers Market	200-400	Tekstil
Dyrup Farvehandler	200-400	Farvehandel
Ecco Sko	200-400	Tekstil
EL Plus	200-400	Elektronik
EL Salg	200-400	Elektronik
Fokus på dyr	300-600	Dyrehandel
Fotokæden	200-400	Fotohandel
Fri Bike Shop	300-500	Cykler
Friluftsland	300-500	Sport og Fritid
Garant	400-1.200	Boligtekstil
Guldbageren	200-400	Bager
Havanna Shoes	200-400	Tekstil
Helsemin	200-400	Helsekost
Holte Vinlager	200-400	Vinhandler
HTH Køkken	400-800	Køkken og Bad
I.M. Frellsen	200-400	Konfektur
Idé Møbler	1.000-5.000	Møbler
Inspiration	300-600	Isenkræmmer
Intersport	300-600	Sport og Fritid
Invita Køkken	400-800	Køkken og Bad
Jack&Jones	300-600	Tekstil
JKE Design	400-800	Køkken og Bad
Konditor Bager	200-400	Bager
Kop & Kande	300-600	Isenkræmmer
Kvik Køkken	400-800	Køkken og Bad
Kære Børn	200-500	Børneudstyr

Land&Fritid	400-1.200	Sport og Fritid
Lege-Kæden	200-500	Legetøj
Mad med Mere	200-500	Slagter
Marcus	200-500	Tekstil
Maxi Zoo	300-600	Dyrehandel
Meny	500-3.500	Kolonial
Mesterslagteren	200-400	Slagter
Mikkel	200-400	Tekstil
Mr.	200-500	Tekstil
Møbelkæden	400-1.000	Møbler
Møblér	400-1.000	Møbler
Name It	200-400	Tekstil
Nanna XL	200-400	Tekstil
Nettoline	400-800	Køkken og Bad
Ny Form	200-400	Sport og Fritid
Nyt Syn	200-400	Optiker
Only	200-500	Tekstil
Paw Sko	200-400	Tekstil
Petworld	300-600	Dyrehandel
PhotoCare	200-400	Fotohandel
Plaza Ure & Smykker	200-400	Ure og Smykker
Poppi Dyrecenter	300-600	Dyrehandel
Punkt 1	400-800	Hårde Hvidevarer
Rema 1000 (åbner i 2017)	500-1.500	Kolonial
Sadolin Farveland	200-400	Farvehandel
Sahva Detail	200-400	Ortopædiske produkter
Sam'S Menswear	200-400	Tekstil
Silvan	2.000-5.000	Byggecenter
Sisters Point	200-400	Tekstil
Skjold Burne Vinhandel	200-400	Vinhandler
Skousen	400-1000	Hårde Hvidevarer
Solid	200-400	Tekstil
Solo Clothing Company	200-400	Tekstil
Spejder Sport	200-400	Sport og Fritid
Sport24	400-1.500	Sport og Fritid
Sportigan	300-600	Sport og Fritid
Sportmaster	300-600	Sport og Fritid
Stof 2000	300-1.000	Boligtekstil
Surf&Ski	300-700	Sport og Fritid
Svane Køkkenet	400-800	Køkken og Bad
Synoptik	200-400	Optiker
Tvis Køkkener	400-800	Køkken og Bad
Tæppeland	500-2.000	Boligtekstil
Unoform	400-800	Køkken og Bad
Vila	200-400	Tekstil
Vinoble	200-400	Vinhandler

Vinspecialisten	200-400	Vinhandler
Wagner	200-400	Tekstil
Zizzi	200-400	Tekstil
Zjoos	200-400	Tekstil
Ønskebørn	400-800	Børneudstyr

## 12 Helsinge som handelsby – styrker, svagheder og potentialer

### BYMIDTEN

Bymidten er analyseret i med udgangspunkt i COWIs registreringsguide og på baggrund af et omfattende kendskab til andre bymidter samt baggrundsviden fra Helsinges deltagelse i COWIs udviklingsforløb "Styrk butikslivet i bymidten" fra 2016.

Analysen af bymidten og de relaterede anbefalinger er indsat i kapitel 2: Sammenfatning og anbefalinger.

Her indgår også et forslag til etablering af nyt butiksområde i bymidten samt muligt udlæg af område til store udvalgswarebutikker evt. kombineret med butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer.

### ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF ERHVERVSOMRÅDET TOFTE

I 2012 vedtog Gribskov Kommune en udviklingsplan for Erhvervsområdet Tofte, der giver et bud på, hvordan Tofteområdet kan udvikle sig og fortsat være et attraktivt erhvervsområde. Hovedelementerne er en god trafikalk struktur med veje, der er omgivet af grønne rabatter, og som kan medvirke til at løse de stigende udfordringer med regnvand. De grønne rabatter samt ensartede regler for skiltning, beplantning mv. skal give området en klar profil og et ordnet og ensartet udtryk, uanset at området samtidig skal kunne rumme mange forskellige typer og størrelser af virksomheder.

Erhvervsområdet Tofte er i dag udlagt til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. I tilknytning til Erhvervsområdet Tofte ligger Lokalcenter Helsinge – Tofte, hvor der med Lokalplan 512.14 er givet mulighed for en dagligvarebutik med et samlet areal på op til 1.000 m<sup>2</sup>. I dag ligger der både butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper og udvalgswarebutikker i Erhvervsområdet Tofte.

Definitionen af særligt pladskrævende varegrupper er lempet i den nye Planlov, idet listen over varegrupperne, der er særligt pladskrævende, ikke længere er udtømmende.

Med den nye Planlov er hensynet til en effektiv butiksstruktur tilføjet til formålsbestemmelserne i Planlovens bestemmelser om detailhandelsplanlægning. Dette kan bl.a. betyde, at kommunerne i deres planlægning skal sikre en butiksstruktur, der giver rum til f.eks. større butikker, nye butiksconceper, kombinationer med e-handel m.v., som kan understøtte et bredere vareudvalg og lavere priser.

En udvikling af detailhandel i Erhvervsområdet Tofte bør være afstemt med udviklingen af detailhandel i de øvrige dele af Helsing, herunder Helsing bymidte. Hvis der i planlægningen gives frie rammer for udviklingen af detailhandel i Erhvervsområdet Tofte, er det sandsynligt, at det vil have negative konsekvenser for detailhandlen og de øvrige publikumsorienterede byerhverv som f.eks. restauranterne i Helsing bymidte. En todeling af butiksstrukturen i Helsing med to overlappende butiksområder hvad angår butikstyper vil resultere i en samlet set mindre attraktiv handelsby set med forbrugernes øjne.

Dagligvarebutikkerne i Helsing bymidte er med til at sikre en kundestrøm til bymidtens udvalgswarebutikker. En udflytning af dagligvarehandel vil have negative konsekvenser for bymidtens udvalgswarebutikker, da forbrugerne køber både dagligvarer og udvalgsvarer på en del af deres ture til bymidten.

COWI har tidligere beregnet, at den afledte omsætning fra en normal discountbutik svarer til omsætningen i 2-4 udvalgswarebutikker i bymidten.

En discountbutik på 1.000 m<sup>2</sup> har typisk en årlig omsætning på 30-40 mio. kr. Hvis hver kunde bruger 150-250 kr. pr. indkøbstur, svarer det til en kundestrøm på ca. 120.000-250.000 personer om året. Dermed påvirker en udflytning af dagligvarebutikker ikke kun udvalgswarebutikkernes omsætning, men i høj grad også bylivet i bymidten.

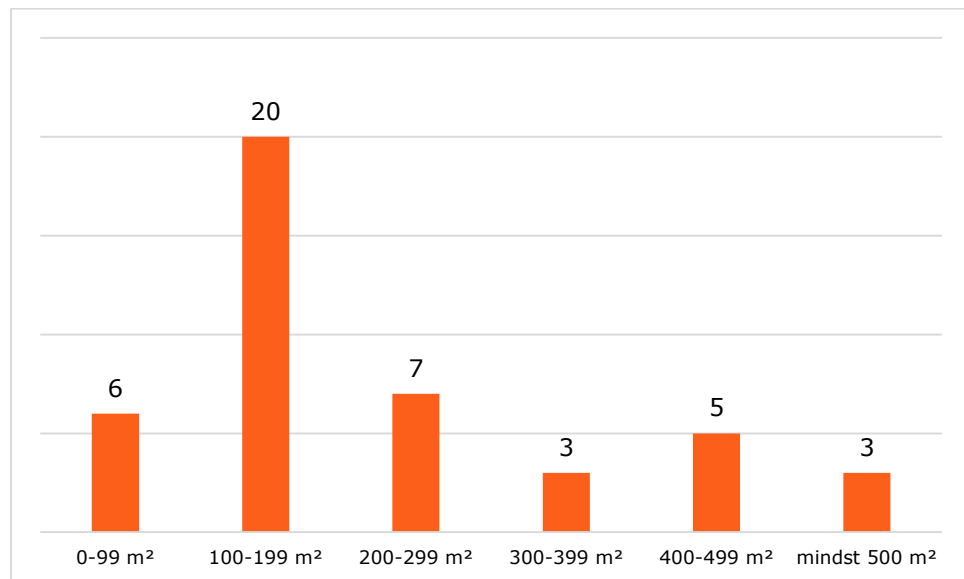
- > Det anbefales, at en udvikling af Erhvervsområdet Tofte som handelsområde sker som en udvikling af et supplerende handelsområde til Helsing bymidte, og at muligheden for dagligvarebutikker i Lokalcenter Helsing - Tofte fastholdes begrænset til lokal dagligvarehandel til betjeningen af det nye boligområde Helsing Nord.
- > Det kan alternativt overvejes at udlægge et område mellem Gribskov Gymnasium og jernbanen til område for store udvalgswarebutikker.
- > I begge tilfælde kan det overvejes at kombinere med forhandlere af særligt pladskrævende varegrupper.

For at sikre, at de udvalgswarebutikker, som der evt. gives mulighed for i Erhvervsområdet Tofte i videst mulig omfang supplerer den eksisterende detailhandel i Helsing bymidte, anbefales det, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse for nye udvalgswarebutikker i Erhvervsområdet Tofte.

En minimumsbutiksstørrelse for udvalgswarebutikkerne Erhvervsområdet Tofte kan sammenholdes med størrelsen på de 44 nuværende udvalgswarebutiksstørrelser i Helsing bymidte. Den gennemsnitlige størrelse af udvalgswarebutikkerne i Helsing bymidte – både beklædningsbutikkerne og de øvrige udvalgswarebutikker – er ca. 245 m<sup>2</sup>. Som det fremgår af figuren nedenfor, så er 26 af ud-

valgs varebutikkerne i Helsinge bymidte, svarende til ca. 60 %, under 200 m<sup>2</sup>, og 18 af udvalgs varebutikkerne i Helsinge bymidte, svarende til ca. 18 % er over 200 m<sup>2</sup>. Der er kun 3 udvalgs varebutikker i Helsinge bymidte, som er større end 500 m<sup>2</sup>.

Den gennemsnitlige størrelse af dagligvare- og udvalgs varebutikkerne inden for den del af Helsinge bymidte, der indrammes af Rådhusvej, Rundinsvej og Gadekærvej er ca. 240 m<sup>2</sup>. Til sammenligning er den gennemsnitlige størrelse af butikkerne i erhvervsområdet Tofte ca. 1.200 m<sup>2</sup>.



*Antal udvalgs varebutikker i Helsinge bymidte fordelt efter størrelsesgrupper. Der er kun tre udvalgs varebutikker i Helsinge bymidte, som er over 500 m<sup>2</sup>, og disse tre udvalgs varebutikker er alle under 1.000 m<sup>2</sup>.*

- > Det anbefales, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse på ca. 600 m<sup>2</sup> for evt. nye udvalgs varebutikker i Erhvervsområdet Tofte. Dermed sættes rammerne for en tydelig rollefordeling mellem Helsinge bymidte og Erhvervsområdet Tofte.

Selv om udvalgs varebutikkerne i Erhvervsområdet Tofte/ved Gribskov Gymnasium og udvalgs varebutikkerne i Helsinge bymidte vil adskille sig fra hinanden på butiksstørrelserne, kan det ikke undgås, at der vil blive overlappende varegrupper. Store udvalgs varebutikker har ofte et bredt sortiment, og vil derfor på nogle varegrupper blive konkurrenter til Helsinge bymidtes mindre udvalgs varebutikker.

Graden af overlap vil dog blive mindre med minimumsbutiksstørrelsen end uden minimumsbutiksstørrelsen. Minimumsbutiksstørrelsen på ca. 600 m<sup>2</sup> på udvalgs varebutikkerne vil f.eks. betyde, at der i Erhvervsområdet Tofte ikke vil blive etableret mindre beklædningsbutikker, men samtidig vil der være mulighed for at etablere større udvalgs varebutikker, som ikke findes i Helsinge bymidte i dag.

Det er kun de færreste beklædningsbutikker, der er større end 600 m<sup>2</sup>. Desuden er tøj- og skobutikker kendetegnet ved en stor mængde spontane indkøb og er derfor afhængige af et stort kundeflow, som kan opnås i strøggaderne. Kæder med store butikker, der sælger øvrige udvalgsvarer, efterspørger som oftest placeringer med god vejadgang, da købene er mere planlagte, og da de handlende ofte ankommer i bil. Det vurderes derfor, at minimumsbutiksstørrelserne for udvalgsvarebutikkerne vil betyde, at muligheden for udvalgsvarebutikker på mindst 600 m<sup>2</sup> vil blive udnyttet som øvrige udvalgsvarebutikker og kun i mindre grad som beklædningsbutikker.

Det er muligt, at eksisterende butikker i Gribskov Kommune, som efterspørger større lokaler, vil være interesserede i af flytte til Erhvervsområdet Tofte eller en placering mellem Gribskov Gymnasium og jernbanen. Hvis der gives mulighed for udvalgsvarebutikker på mindst 600 m<sup>2</sup>, så vil det nye butiksområde sandsynligvis bestå af boksbutikker.

## 13 Scenarie for detailhandlen i Helsingør i 2028

Som grundlag for den fremtidige detailhandelsplanlægning om-sættes den fremtidige udvikling i forbruget til to scenarier for arealbehovet i Helsingør. Afhængigt af udviklingen i indbyggertallet, privatforbruget, væksten i e-handlen 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.

De seneste ca. 10 år har budt på en stigende urbanisering, økonomisk afmatning, stigende e-handel og stigende konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Nye tal tyder på, at den økonomiske afmatning er ved aftage, og at privatforbruget langsomt stiger igen. Følgende faktorer vil have indflydelse på detailhandlens udviklingsmuligheder i Helsingør:

- > Aktiv udvikling af detailhandlen
- > Udviklingen i turismen
- > Befolkningsudviklingen,
- > Udviklingen i privatforbruget,
- > Udviklingen i internethandlen og
- > Udviklingen i handelsbalancen overfor konkurrerende handelssteder.

Det forudsættes, at arealintensiteten, dvs. omsætningen pr. m<sup>2</sup>, er konstant i perioden 2016-2028. Der opstilles to scenarier for udviklingen. Maksimumsscena-riet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig posi-tivt for detailhandlen i Helsingør. Minimumsscena-riet udtrykker den omvendte situation.

### AKTIV UDVIKLING AF DETAILHANDLEN

En aktiv udvikling af detailhandlen har stor betydning. Det gælder både mht. lokalisering af dagligvarebutikker, et attraktivt bymiljø, fortætning af bymidten med flere boliger, en indsats for at styrke butiksudbuddet ved aktiv kontakt til kæder og små specialbutikker mv. Flere af tiltagene kan med fordel gennemfø-res i tæt samarbejde mellem kommunen, handelslivet og grundejerne.



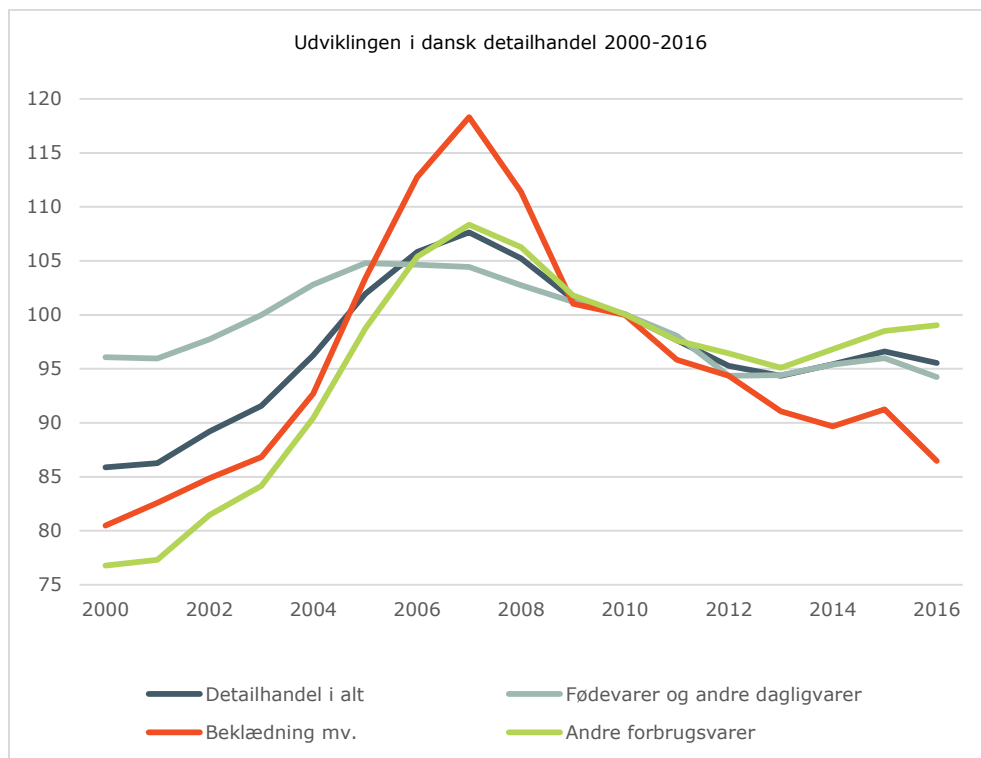
### BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. Ifølge Gribskov Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet i lokaloplandet til Helsinge vokse med ca. 735 personer fra primo 2017 til ultimo 2028 svarende til en vækst på ca. 6 %. Isoleret set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugspotentiale, som er ca. 40 mio. kr. større i 2028, end det er i dag (2016-priser). Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Gribskov Kommunes prognose.

### UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen. Tilbagegangen i perioden 2007-2015 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen i de fysiske butikker på landsplan er faldet med ca. 27 %. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 10 %, mens dagligvareomsætningen er faldet med ca. 9 %. Samlet set er omsætningen i detailhandlen på landsplan faldet med ca. 11 % i perioden 2007-2015.

I de senere år er omsætningen i detailhandlen samlet set gået frem. Siden 2012 er omsætningen på landsplan samlet steget med ca. 1,5 %. Fremgangen i perioden 2012-2016 dækker over, at omsætningen inden for dagligvarer og øvrige udvalgsvarer er steget, mens omsætningen inden for beklædning fortsat er faldet. Det forventes, at privatforbruget vil vokse moderat 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 i de fysiske butikker. Overordnet set er omsætningen i detailhandlen i Danmark i 2017 tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005.



Figur 1: Det sæsonkorrigeret mængdeindeks viser udviklingen i den danske detailhandel i faste priser. Her er der taget udgangspunkt i 2010 som indeks 100.

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. De kommende år må det forventes, at forbrugsudviklingen vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvordan de økonomiske konjunkturer udvikler sig. På den baggrund er det i minimumsscenariet forudsat, at forbruget stiger svagt frem til 2028, hvilket i store træk svarer til, at den svage vækst i forbruget de seneste år vil fortsætte i mange år endnu.

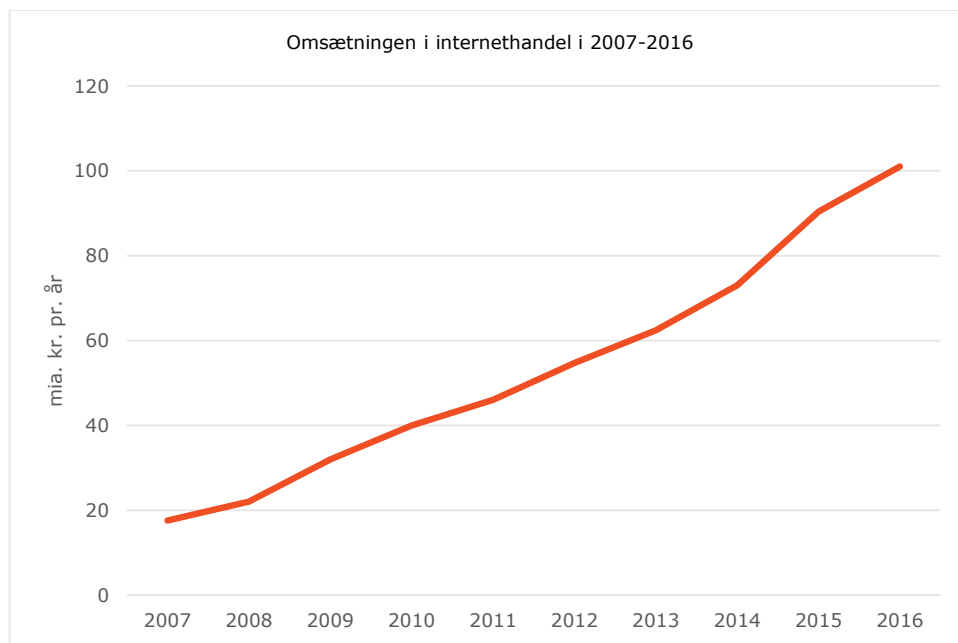
I minimumsscenariet forudsættes det, at dagligvareforbruget vil stige med 3 % frem mod 2028. For udvalgsvarer forudsættes det, at beklædningsforbruget vil stige med 10 % og at forbruget af øvrige udvalgsvarer vil stige med ca. 10 %.

I maksimumsscenariet forudsættes det, at forbruget i 2027 er steget til et niveau, der svarer til det niveau, som forbruget havde, da det nåede højdepunktet i 2007-2008. Vækstraten for dagligvareforbruget er 7 % i maksimumsscenariet. Vækstraten for udvalgsvareforbruget er 25 % for beklædning og 22 % for øvrige udvalgsvarer i maksimumsscenariet.

#### INTERNETHANDLEN VINDER FREM

Siden 2009 er omsætningen i internethandlen tredoblet. Alene i 2016 steg e-handlen med ca. 16 %. I 2016 rundede e-handlen 100 mia. kr., hvilket er næsten dobbelt så meget som i 2012. Der flyttes fortsat markedsandele fra de fysiske butikker til internethandel. Internethandelns voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 var internethandel.

I Internethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Internethandlen forventes at fortsætte sin vækst, og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen. De seneste tal peger på, at andelen af internethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj handlet online, mens det stadig kun er under 5 % af dagligvarerne, der handles online.



Figur 2: Nethandlen er vokset med ca. 80 mia. kr. i perioden 2007-2016, hvilket svarer til en femdobling på knap 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

I de to scenarier forudsættes det, at internethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at internethandlen vil vokse kraftigt. Det forudsættes at internethandlen vil dække 25 % af beklædningsforbruget i 2028. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det at internethandlen vil dække 40 % af forbruget. For dagligvarer forudsættes det, at internethandlen fortsat kun vil dække 6 % af forbruget.

I maksimumsscenariet forventes internethandlen at vokse mere beskedent. Det forudsættes at internethandlen vil dække 18 % af beklædningsforbruget i 2028. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det at internethandlen vil dække 27 % af forbruget. For dagligvarer forudsættes det, at internethandlen vil dække 3 % af forbruget.

#### UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVER FOR OMVERDENEN

Gribskov Kommunes engagement i udviklingen af detailhandlen kan påvirke dækningsgraden for lokaloplandet til Helsingør. Dagligvarer købes typisk lokalt og tæt på bopælen, hvorimod udvalgsvarer i højere grad købes i de større byer, i centre eller via internettet.

En udbygning af dagligvarebutiksstrukturen i Helsingør i form af en ny stor dagligvarebutik i bymidten og en udbygning af udvalgsvarebutiksstrukturen i form

af nye store udvalgswarebutikker i erhvervsområdet Tofte medfører isoleret set, at dækningsgraderne stiger. Den positive befolkningsudvikling og stigningen i privatforbruget medfører omvendt isoleret set, at dækningsgraderne falder. Nye butiksprojekter uden for Helsinges lokalopland, herunder uden for Gribskov Kommune, kan medføre, at dækningsgraderne i lokaloplandet til Helsinges falder.

I minimumsscenarioet forudsættes det, at Helsinges andele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer vil forblive på de nuværende niveauer.

I maksimumsscenarioet forudsættes det, at dækningsgraden for dagligvarer stiger fra 102 % til 110 %, hvilket kræver en betydelig udvikling af dagligvareforsyningen svarende til en årlig omsætningstilvækst på ca. 60 mio. kr. svarende til omsætningen i 1-2 store dagligvarebutikker. Dækningsgraden for beklædning forudsættes i maksimumsscenarioet at stige til 105 %, hvilket vil kræve betydelige udbygninger. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer forudsættes at stige fra ca. 145 % i 2016 til ca. 155 %. En sådan stigning i dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer kræver ligeledes en betydelig udbygning af butiksstrukturen. Maksimumsscenarioet svarer til, at der etableres butikker i højere takt end væksten i forbrugsgrundlaget eller at turisterne i fremtiden lægger en større del af deres forbrug i butikkerne i Helsinges.

#### SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2028

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Helsinges. De to scenarier beskriver som nævnt to yderpunkter for arealbehovet i 2028.

##### Minimum arealbehov

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

- > at den økonomiske krise fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke bruger flere penge på privatforbrug, end de gør i dag,
- > at dækningsgraderne forbliver på det nuværende niveau, hvilket svarer til at Helsinges hverken vinder eller taber markedsandele til andre handelsbyer i regionen,
- > at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2028,
- > at indbyggertallet vokser med ca. 735 personer i perioden 2016-2028.

Minimumsscenarioet indebærer bl.a., at udviklingen af dagvare- og udvalgsvarerhandlen matcher udviklingen i forbrugsgrundlaget og forbruget fra turisterne.

Resultatet af minimumsscenarioet er, at omsætningen i 2028 vil kunne ske på et areal, der er ca. 3.000 m<sup>2</sup> mindre end i dag. Arealfremskrivningen dækker over et behov for yderligere dagligvarebutiksareal på ca. 500 m<sup>2</sup> og et mindre udvalgswarebutiksareal på ca. 3.500 m<sup>2</sup>. Særligt internethandlen vil reducere are-

albehovet for øvrige udvalgswarebutikker, mens behovet for beklædningsbutikker vil være stort set uændret.

#### Maksimum arealbehov

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

- > at forbruget igen vil vokse og i 2028 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- > at væksten i internethandlen bliver mindre markant og i mindre grad vil tage andele fra de fysiske butikker,
- > at dækningsgraden for dagligvarer stiger til 110 %
- > at dækningsgraden for beklædning stiger til 105 %
- > at dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer stiger til 155 %
- > at indbyggertallet stiger med ca. 735 personer i perioden 2016-2028.

Maksimumsscenariet indebærer, at Gribskov Kommune anlægger en progressiv tilgang til fortsat at udvikle detailhandlen. Bl.a. kan udvikling af Erhvervsområdet Tofte, Lokalcenter Tofte – Helsingør, udviklingen af en ny stor dagligvarebutik i Helsingør bymidte. Det anbefales samtidig at videreføre den tætte dialog mellem kommune, erhvervscenter og detailhandel, som opstod i forbindelse med deltagelsen i udviklingsforløbet "Styrk Butikslivet i bymidten" i 2016.

Samlet set vil der blive behov for udvidelse af bruttoetagearealet med i størrelsesordenen 8.600 m<sup>2</sup>. Det maksimale arealbehov dækker over et behov for ca. 2.200 m<sup>2</sup> yderligere til dagligvarer og ca. 6.300 m<sup>2</sup> til udvalgsvarer. Behovet for dagligvarebutikker vil være ved de nye boligområder.

Herudover kan der udlægges areal til bilforhandlere og andre særligt pladskrævende varegrupper. Det er forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til nye butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Ifølge Planlovens detailhandelsbestemmelser fastlægger kommunen i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særligt pladskrævende varer. Med den nye Planlov er definitionen af særligt pladskrævende varer opblødt, og der kan placeres butikker med særligt pladskrævende varer i erhvervsområder.

#### SAMLET VURDERING

Samlet set viser beregningerne, at forbrugsvæksten i de to scenarier bliver ganske forskellig. Det skyldes især udviklingen i internethandlen og privatforbruget, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem. Uanset om udviklingen vil læne sig op ad minimums- eller maksimumsscenariet, vil der være behov for mindst yderligere ca. 500 m<sup>2</sup> til dagligvarebutikker i perioden 2016-2028. De to scenarier viser tilsammen, at behovet for yderligere dagligva-

rebutiksareal vil ligge et sted mellem 500-2.200 m<sup>2</sup>. Allerede planlagte butikker, men endnu ikke realiserede butikker vil optage en del af dette behov<sup>3</sup>.

Behovet for areal til udvalgsvarerbutikker spænder fra et areal, der er ca. er ca. 4.200 m<sup>2</sup> mindre end i dag til et areal, der er 5.600 m<sup>2</sup> større end i dag. Behovene er beregnede på baggrund af det registrerede butiksareal og den eksisterende omsætning. Allerede besluttede og planlagte butikker vil dække en del af behovet.

Det skal understreges, at vurderingen af arealbehovet i de to fremskrivninger ikke tager højde for, at en del af den skønnede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker ved en højere omsætning pr. m<sup>2</sup> og derved ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat forventes der at være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte butikken for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan således opstå situationer, hvor der vil være behov for nyt butiksareal på trods af, at der ikke er sket en egentlig vækst i omsætningen, men som følge af en omfordeling af forbruget, eller som følge af, at lejemålene ikke er tidssvarende.

MINIMUM BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2028			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
<b>Dækningsgrad</b>	102 %	100 %	149 %
<b>Forbrugstilvækst</b>	3 %	110 %	110 %
<b>Andel til nethandel</b>	6 %	25 %	40 %
	<b>Dagligvarer</b>	<b>Udvalgsvarer</b>	
<b>Arealbehov:</b>	ca. 500 m <sup>2</sup>	ca. -3.500 m <sup>2</sup>	

MAKSIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2028			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
<b>Dækningsgrad</b>	110 %	105 %	155 %
<b>Forbrugstilvækst</b>	7 %	25 %	20 %
<b>Andel til nethandel</b>	3 %	18 %	27 %
	<b>Dagligvarer</b>	<b>Udvalgsvarer</b>	
<b>Arealbehov:</b>	ca. 2.200 m <sup>2</sup>	ca. 5.600 m <sup>2</sup>	

<sup>3</sup> Hverken den lukkede Super Best eller den kommende Rema 1000 indgår opgørelsen af det eksisterende bruttoetageareal.

### FORSLAG TIL RAMMER FOR NYT BUTIKSAREAL FREM TIL 2028

Bruttoetagearealerne af den eksisterende detailhandel i hvert centerområde i Helsinge er opgjort. Bruttoetagearealerne er sammenholdt med arealrammerne for hvert centerområde, hvorved restrummeligheden i hvert centerområde er beregnet. Resultaterne fremgår af skemaet nedenfor.

RESTRUMMELIGHEDER I CENTEROMRÅDER I HELSINGE, 2017			
Centerområde	Bruttoetageareal (ca. m <sup>2</sup> )	Arealramme (m <sup>2</sup> )	Restrummelighed (ca. m <sup>2</sup> )
Helsinge bymidte	20.050	45.000	24.950
Lokalcenter Bymosecentret	1.500	3.000	1.500
Lokalcenter Helsinge – Tofte	-	1.000	1.000
<b>Total, bymidte og lokalcentre</b>	<b>21.550</b>	<b>49.000</b>	<b>27.450</b>
Erhvervsområdet Tofte	12.200	39.000	26.800
Rundinsvej i Helsinge	9.100	30.000	20.900
<b>Total, områder til særlig pladskrævende varer</b>	<b>21.300</b>	<b>69.000</b>	<b>47.700</b>
Uden for centerstruktur	1.250	-	-
Bruttoetagearealerne er rundet op til nærmeste 100 m <sup>2</sup> . Restrummeligheden er rundet ned til nærmeste 100 m <sup>2</sup> .			

Opgørelserne viser, at der er stor restrummelighed i centerområderne i Helsinge. Den samlede restrummelighed til nybyggeri og omdannelse til butiksmål i Helsinge bymidte, Lokalcenter Bymosevej og Lokalcenter Helsinge - Tofte er ca. 27.450 m<sup>2</sup>, hvilket er mere end hele det nuværende areal på ca. 21.550 m<sup>2</sup>. Restrummeligheden overstiger også i betydelig grad det beregnede behov i maksimumsscenarioet på ca. 8.500 m<sup>2</sup>.

Når restrummelighederne sammenholdes med de forventede behov for yderligere dagligvare- og udvalgswarebutikker, så vurderes det ikke, at der er behov for at forhøje arealrammerne for de eksisterende centerområder.

Restrummeligheden i **Helsinge bymidte** er ca. 24.950 m<sup>2</sup>. Restrummeligheden alene i Helsinge bymidte overstiger således det beregnede behov for yderligere dagligvare- og udvalgswarebutikker i maksimumsscenarioet.

Restrummeligheden **Lokalcenter Bymosecentret** er ca. 1.500 m<sup>2</sup> og der er jf. Planloven ikke mulighed for at fastsætte en højere arealramme for lokalcentret end den nuværende arealramme på 3.000 m<sup>2</sup>.

Restrummeligheden i **Lokalcenter Helsinge – Tofte** er ca. 1.000 m<sup>2</sup>. Hvis lokalcentret fastholdes som et lokalcenter udelukkende til dagligvarebutikker, så anbefales det ikke at forøge arealrammen. Det kan dog overvejes at hæve arealrammen for at give mulighed for udvalgswarebutikker på over 1.000 m<sup>2</sup> i lokalcentret.

Den samlede restrummelighed i de to områder til særlig pladskrævende varegrupper, **Erhvervsområde Tofte** og **Rundinsvej i Helsinge**, er ca. 47.700 m<sup>2</sup>. Det vurderes, at der ikke er behov for at øge arealrammen Erhvervsområde Tofte eller Rundinsvej i Helsinge. Hvis en del af Erhvervsområde Tofte udlægges som aflastningsområde, vil der være behov for at fastsætte en passende arealramme, som er afstemt med kundegrundlaget og bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel, som evt. indgår i aflastningsområdet.



## Bilag 1: Ordforklaring

### **BUTIK**

En butik er en fast forretningsenhed, hvorfra der sælges varer til private, dvs. slutbrugeren. I henhold til Planlovens regler om detailhandel betragtes også forretninger, hvorfra der sker udlejning af f.eks. film til private, som butik. Detailhandel fra hjemmet, via postordre og internet mv. uden egentlige fysiske udstillingslokaler indgår ikke i analysen.

### **HOVEDBRANCHER**

#### **Dagligvarer**

Dagligvarer er kortvarige forbrugsgoder som f.eks. madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler. Butikker, der sælger dagligvarer, betragtes som dagligvarebutikker, herunder også servicestationer med kiosk og varehuse, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

#### **Beklædning**

Beklædningsvarer er f.eks. tøj, sko, stof og børnetøj.

#### **Øvrige udvalgsvarer**

Udvalgsvarer er f.eks. smykker, cykler og bøger, hårde hvidevarer og isenkram. El- og VVS-installatører, der har butik og sælger til private, betragtes som en butik med øvrigt udvalgsvarer.

#### **Pladskrævende varegrupper**

De nye bestemmelser i Planloven indeholder en liste over, hvad der er særligt pladskrævende varegrupper, men listen er ikke udtømmende. Særlig pladskrævende varegrupper er således *eksempelvis* motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvare, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer og møbler.

### **KÆDEBUTIKKER**

Butikkernes kædetilknytning fortæller noget om det pågældende udbudspunkts detailhandelsmæssige styrke, tiltrækningskraft og mulighed for at overleve på sigt. Tilstedeværelsen af kædebutikker siger også noget om, hvor attraktiv en by er at investere i for detailhandlen. Butikkerne er opdelt efter, om de indgår i en kapitalkæde, en frivillig kæde eller ikke indgår i et kædesamarbejde. I undersøgelsen betragtes franchisekæder som kapitalkæder.

#### **Kapitalkæder**

En kæde defineres ved at være centralt ejet og drevet (person eller selskab), og indeholder mindst fire enheder. Eksempler på kapitalkæder:

Jysk, Elgiganten, Fakta, Jack & Jones, Bauhaus mv. Franchisekæder er en kæde, hvor en franchisegiver stiller et fuldt butikskoncept til rådighed for en franchisetager mod royalties. Franchisegiver udstikker retningslinjer for indkøb, markedsføring, butiksindretning m.m., mens franchisetager varetager driften. Eksempler på franchisekæder er Rema 1000, 7-eleven, Pilgrim.

### **Frivillige kæder**

Frivillige kæder er selvstændige lokale forretningsdrivende, der går sammen i et samarbejde om f.eks. markedsføring, branding og koncept. Eksempler på frivillige kæder: GuldBageren, XL-byg, Sadolin Farveland, Intersport, Tøjeksperten, Bog og Idé mv.

### **Uden for kæde**

Butikker uden for kædesamarbejde er selvstændige butikker, hvor ejeren maksimalt ejer 3 enheder. Butikker uden for kæde indgår ikke i samarbejde med andre.

### **BRUTTOETAGEAREAL**

Butiksarealerne er defineret som butikkernes bruttoetageareal. Dvs. butiks-, personale- og lagerareal indgår i bruttoetagearealet. Lagerarealet er kun taget med, hvis det har umiddelbar tilknytning til butikken. Arealoplysningerne bygger på data oplyst af de butiksdrivende, via besigtigelse og de tilgængelige oplysninger fra den Offentlige InformationsServer (OIS). Det registrerede bruttoetageareal er udtryk for et øjebliksbillede af detailhandlen.

### **OMSÆTNING**

Butikkernes omsætning er fra 2013 og inkl. moms. Omsætningsoplysninger for butikkerne er indhentet ved kontakt til de enkelte butikker eller besigtigelse undtagen for brancher, der er kategoriseret i hovedbranchen med butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper.

For butikker, der vurderes at have aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandlen, er den del af omsætningen fratrukket. F.eks. vil omsætning fra tankstationer med dagligvarebutikker, receptpligtigt medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne, ligesom også dagligvarebutikker med væsentlig udvalgsvarerhandel (varehuse) vil føre til høj omsætning i dagligvarebutikkerne. Inden for udvalgsvarer vil f.eks. omsætningen i byggemarkeder vil blive for stor, hvis ikke tømmerhandeldelen og engrossalget til håndværkere trækkes ud.

### **DÆKNINGSGRAD**

Dækningsgraden er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et fast afgrænset område. Hvis dækningsgraden for en kommune er under 100 betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere handler for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker uden for kommunen. Tilsvarende betyder en dækningsgrad over 100, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder uden for kommunen. Dækningsgraden er således en måde at vurdere detailhandlen styrke og tiltrækningskraft.

### **DAGLIGVAREFORRETNINGER**

#### **Varehuse**

Butikker med meget bredt varesortiment både inden for fødevarer og non-food varer, med betjente afdelinger (f.eks. Føtex).

#### **Lavprisvarerhus**

Butikker med meget bredt varesortiment både inden for fødevarer og non-food varer. Stort sortiment af discountvarer (f.eks. Bilka).

**Supermarked**

Bredt udvalg i dagligvarer, især fuldt fødevarsortiment. Selvbetjening, men høj grad af service. Flere betjente afdelinger f.eks. med slagtervarer, kioskvarer mv. (f.eks. Super Brugsen).

**Discountbutik**

Butikker med lavprisvarer og sparsom indretning. Sortimentsbredden og dybden er begrænset. (Rema 1000, Fakta, Netto, Aldi, LIDL).

**Minimarked**

Fødevarerbutik med fuldt fødevarsortiment, dog med ringe dybde, for eksempel på området fersk kød. (Lokal Brugsen, Nærkøb).

**Kiosk**

Mindre butikker der sælger aviser, blade, tobak, konfekturer, drikkevarer og et begrænset antal fødevarer. (7-eleven, tankstationer).

**UDDRAG AF PLANLOVENS DETAILHANDELSBESTEMMELSER**

Planlovens seneste detailhandelsbestemmelser trådte i kraft 15. juni 2017. Hovedreglen i detailhandelsreglerne er fortsat, at detailhandelsbutikker skal placeres i den centrale del af en by, dvs. i bymidten.

Der kan udlægges arealer i et lokalcenter, der udgør og forsyner mindre dele af en by, en landsby, et sommerhusområde eller lignende. Det samlede bruttoetageareal til butikformål i et lokalcenter må ikke overstige 3.000 m<sup>2</sup>.

Endeligt kan der uden for bymidter, bydelscentre og lokalcentre placeres enkeltstående butikker, der tjener til lokalområdets daglige forsyning. Jf. bemærkningerne til lovgrundlaget står det beskrevet, at der primært er tale om dagligvarebutikker, som kan etableres som enkeltstående butikker.

Planloven fastsætter de maksimale bruttoetagearealer for den enkelte butik til 5.000 m<sup>2</sup> for dagligvarebutikker, mens der ikke er maksimal butiksstørrelse for udvalgsvarerbutikker. Den maksimale størrelse for dagligvarebutikker i lokalcentre er 1.200 m<sup>2</sup> inkl. personalefaciliteter i lokalcentre og for enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning. Den maksimale størrelse for dagligvarebutikker i aflastningsområder er 3.900 m<sup>2</sup> ekskl. 200 m<sup>2</sup> personalefaciliteter.

**Aflastningsområde**

Formålet med et aflastningsområde eller udvidelse af et eksisterende er bl.a. at aflaste bymidten ved at give plads til butikker, som ikke uden videre kan placeres i bymidten – eksempelvis store udvalgsvarerbutikker. I byer, hvor der er et tilstrækkeligt kundegrundlag, kan der udlægges areal til aflastningsområder. Det kan eksempelvis være store udvalgsvarerbutikker og nye butikstyper og -koncepter, som f.eks. koncepter, der kombinerer fysiske butikker og e-handel. Et aflastningsområde kan ikke udlægges til én enkelt dagligvarebutik eller udelukkende dagligvarebutikker.

## Bilag 2: Branchefortegnelse

### Dagligvarer

Fremstilling af friske bageriprodukter  
Købmænd og døgnkiosker  
Supermarkeder  
Discountforretninger  
Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger  
Frukt- og grøntforretninger  
Slagter- og viktualieforretninger  
Fiskeforretninger  
Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer  
Detailhandel med drikkevarer  
Tobaksforretninger  
Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger  
Servicestationer  
Apoteker  
Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler  
Detailhandel med kosmetikvarer og produkter til personlig pleje  
Blomsterforretninger  
Udlejning af videobånd og videodisks

### Beklædning

Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger  
Detailhandel med stof, garn, broderier mv.  
Tøjforretninger  
Babyudstyrs- og børnetøjsforretninger  
Skotøjsforretninger  
Babyudstyrs og børnetøjsforretninger  
Skotøjsforretninger  
Detailhandel med brugte varer i forretninger

### Øvrige udvalgsvarer

El-installation  
VVS- og blikkenslagerforretninger  
Udførelse af gulvbelægninger og vægbeklædning  
Garmestervirksomhed  
Detailhandel med reservedele og tilbehør til motorkøretøjer  
Salg, vedligeholdelse og reparation af motorcykler og reservedele og tilbehør hertil  
Detailhandel med computere, ydre enheder og software  
Detailhandel med telekommunikationsudstyr  
Radio- og tv-forretninger  
Farve- og tapetforretninger  
Byggemarkeder og værktøjsmagasiner  
Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning  
Detailhandel med elektriske husholdningsapparater  
Møbelforretninger  
Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager mv.  
Forhandlere af musikinstrumenter  
Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler I.A.N.  
Detailhandel med bøger  
Detailhandel med musik- og videooptagelser  
Forhandlere af sports- og campingudstyr

Cykel- og knallertforretninger  
Detailhandel med spil og legetøj  
Lædervareforretninger  
Dyrehandel  
Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer  
Optikere  
Fotoforretninger  
Forhandlere af gaveartikler og brugskunst  
Kunsthandel og gallerivirksomhed  
Detailhandel med andre varer I.A.N.  
Detailhandel med brugte varer i forretninger  
Detailhandel fra postordreforretninger  
Reparation af andre varer til personligt brug og husholdningsbrug

**Særlig pladskrævende varer**

Detailhandel med personbiler, varebiler og minibusser  
Engros- og detailhandel med campingkøretøjer, små trailere mv.  
Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil  
Planteforhandlere og havecentre  
Planteformering