

2019

DETAILHANDELSANALYSE STRUER KOMMUNE

RAPPORT



COWI

2019

DETAILHANDELSANALYSE STRUER KOMMUNE

RAPPORT

PROJEKTNR.

A110525

DOKUMENTNR.

1

VERSION

2.0

UDGIVELSESDATO

18.01.2019

BESKRIVELSE

Rapport

UDARBEJDET

FRSR

KONTROLLERET

KRLB

GODKENDT

KRLB

INDHOLD

1	Indledning	7
2	Sammenfatning og konklusioner	8
3	Tendenser og rammevilkår	11
4	Butikker, kæder og areal	19
5	Omsætning og handelsbalancer	25
5.1	Omsætning	26
5.2	Handelsbalance	27
6	Turisternes andel af omsætningen	31
7	Forbrugsudvikling og arealbehov	33
7.1	Scenarier for arealbehovet i 2030	36

1 Indledning

Struer Kommune igangsatte i slutningen af 2018 en analyse af detailhandlen. Resultaterne af analysen er sammenlignet med en tilsvarende analyse fra 2011. Det giver mulighed for at følge udviklingen over en længere periode og få et overblik.

Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens byer og skal bruges som grundlag for kommuneplanen, den fremtidige detailhandelsplanlægning, stillingtagen til butiksprojekter mv.

Analysens resultater kan sammenlignes med en tilsvarende analyse af Struer Kommunes detailhandel fra 2011.

Der er gennemført analyser af den eksisterende detailhandel i byerne i Struer Kommune samt af udviklingen i perioden 2011-2018. Derudover er der foretaget en vurdering af arealbehovet de næste 12 år.

Som led i detailhandelsanalysen er der indsamlet informationer fra handelslivet. Der skal derfor lyde en stor tak til alle, der har bidraget undervejs. En særlig tak skal lyde til detailhandlerne for den store imødekommenhed under vores besøg i butikkerne og til handelsstandsforeningerne for god information om opgaven til erhvervslivet. Uden de mange gode informationer havde det ikke været muligt at gennemføre analysen.



2 Sammenfatning og konklusioner

Detailhandlen i Struer Kommune omsatte i 2017 for ca. 820 mio. kr., hvilket er ca. 9 % mindre end i 2011. Samtidig er butikkerne blevet færre, større og endnu mere koncentreret i Struer. Befolkningsstilbagegangen og afmatningen i den fysiske detailhandel har medført et lavere forbrug. Struer by står stærkt inden for dagligvarer og har et potentiale for at tiltrække flere store udvalgsvarerbutikker, som ikke er i byen i dag.

FÆRRE MEN STØRRE BUTIKKER

Der er i efteråret 2018 registreret 92 butikker i Struer Kommune, hvilket er ca. 30 % færre end i 2011. Det er særligt udvalgsvarerhandlen, der har været udfordret i perioden. Der er registreret ca. 49.000 m² detailhandel i Struer Kommune, hvilket er stort set samme niveau som i 2011. Udviklingen tyder på, at butikkerne er blevet færre men større.

ENDNU STØRRE KONCENTRATION I STRUER

Ca. 85 % af det samlede areal til detailhandel findes i Struer by, hvilket er en lidt større andel end i 2011. Selvom der i 2018 er registreret ca. 20 færre butikker i Struer end i 2011 er der også registreret ca. knap 10 færre butikker på Thyholm og ca. 10 færre i den resterende del af kommunen. På Jegindø er de sidste butikker lukket. Udviklingen har betydet, at bortset fra få mindre butikker er stort set al detailhandel i kommunen nu koncentreret i Struer by. For mange borgere er der blevet betydeligt længere til den lokale butik.

STÆRK PÅ DAGLIGVARER – UDFORDRET PÅ UDVALGSVARER

Struer Kommune har en større overvægt af dagligvarehandel end de fleste andre kommuner. Hvor andre kommuner har en forholdsvis ligelig fordeling af dagligvarer og udvalgsvarer, fylder dagligvarehandlen ca. 60 % og udvalgsvarerhandlen ca. 40 % i Struer Kommune. I perioden 2011-2017 har dagligvarehandlen i Struer klaret sig godt, og særligt discountbutikkerne har oplevet en betydelig vækst. Udviklingen skal dels ses i sammenhæng med mere prisbevidste forbrugere og lukningen af andre butikker i oplandet uden for Struer. På den anden side er en stor del af udvalgsvarerbutikkerne lukket, og der mangler en lang række af de store kædebutikker, som ofte findes i byer af tilsvarende størrelse. Nærheden til Holstebro og den stigende nethandel er de primære årsager. En evt. etablering af aflastningsområdet og et endnu mere dedikeret samarbejde mellem kommunen og handelslivet kan potentielt løfte udvalgsvarerhandlen i Struer.



FALDENDE OMSÆTNING, FALDENDE FORBRUG

Omsætningen i detailhandlen i Struer Kommune er i 2017 registreret til ca. 820 mio. kr., hvilket er ca. 80 mio. kr. mindre end i 2011. Det svarer til en tilbagegang på ca. 9 %. Samtidig er forbrugsgrundlaget også faldet, dels grundet et generelt lavere forbrug på detailhandel i de fysiske butikker og dels grundet befolkningstilbagegangen. Der er store forskelle blandt hovedbrancherne, og med en forholdsvis begrænset detailhandel betyder selv små ændringer i butikssammensætningen store ændringer for handelsbalancerne. Dagligvarebranchen og beklædningsbranchen har oplevet et mindre fald på ca. 5 %, hvorimod de øvrige udvalgsvarer har oplevet et markant fald på op mod 20 % svarende til en reduktion på 65 mio. kr. Tilsvarende er forbruget på detailhandel i de fysiske butikker faldet. Faktisk er forbruget faldet endnu mere end omsætningen. Da handelsbalancen er et udtryk for forholdet mellem omsætningen og forbruget inden for et givent område, kommer en sådan udvikling til udtryk i stigende handelsbalancer. Det samlede niveau af detailhandlen er således faldet, men det lavere forbrug bliver i lidt højere grad lagt i de lokale butikker.

AREALBEHOV 2017-2030

Som et led i detailhandelsanalysen er der beregnet to scenarier for arealbehovet til fysiske butikker i Struer Kommune de næste 12 år. Scenarierne udtrykker et maksimums- og et minimumsscenario for behovet. Der er flere faktorer, der påvirker behovet for butiksareal, eksempelvis udviklingen i handelsbalancen overfor nabokommunerne, herunder særligt Holstebro, nethandlens udvikling og udviklingen i privatforbruget på detailhandel i fysiske butikker.

BEHOV FOR AREAL TIL DETAILHANDEL I 2030

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende
Minimum	- 1.000 m ²	- 2.000 m ²	0 m ²
Maksimum	+ 1.000 m ²	+ 8.000 m ²	+ 14.000 m ²

MANGE NYE MULIGHEDER FOR DETAILHANDLEN I STRUER KOMMUNE

Detailhandlen i Struer Kommune er udfordret af et lavere befolkningsgrundlag og en stigende internethandel, og særligt udvalgsvarerhandlen har oplevet en markant tilbagegang. Der er dog flere nye muligheder for at vende udviklingen.

For det første er det muligt at tiltrække butikker, som ikke findes i Struer i dag. For at øge konkurrencefordelen overfor aflastningsområdet i Holstebro kan der sættes på butikker, som også vil være nye for Holstebro-borgerne. En sådan udvikling er delvist afhængig af planlægning for et aflastningsområde og delvist af en målrettet indsats for at tiltrække de rette butikskoncepter.

For det andet er omsætningen i detailhandlen en direkte afledt effekt af privatforbruget i oplandet. Dermed er bosætning en vigtig faktor for detailhandlen. Eksempelvis vil 500 flere borgere i Struer betyde, at det lokale forbrugsgrundlag stiger med omkring 20 mio. kr. pr. år – og en stor del af forbruget lægges typisk i de lokale butikker.

For det tredje har turismen en vis betydning for detailhandlen i Struer Kommune. Turisterne bidrager med ca. 70 mio. kr. pr. år i de fysiske butikker. En målrettet indsats for at få flere turister til området og til handelsområderne kan have en vis betydning for detailhandlen.

For det fjerde kan et stærkt samarbejde mellem kommunen og handelslivet være en vigtig faktor for detailhandlens udvikling. Samarbejdet kunne eksempelvis omhandle etablering og koordinering af events, etablering af legepladser og andre faciliteter i bymidten samt aktivering af de tomme butikslokaler.



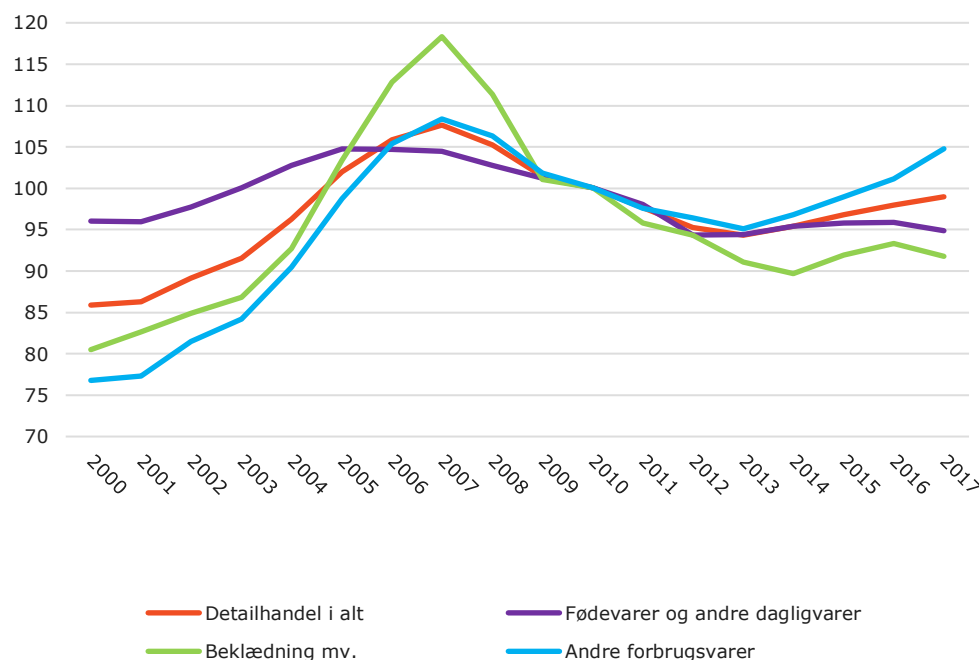
3 Tendenser og rammevilkår

Detailhandlen i Struer Kommune påvirkes af en række udefrakommende tendenser såvel som udviklinger i selve kommunen. Lige nu er der tegn på vækst i privatforbruget og fortsat vækst i e-handlen. I kommunen som helhed forventes faldende indbyggertal frem mod 2030. Alt sammen påvirker detailhandlen.

UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Efter 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været mere tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise. Forbruget nåede et lavpunkt omkring 2013 – kort efter afslutningen på den seneste detailhandelsanalyse. De seneste tendenser viser, at forbruget igen stiger svagt, men stigningen er uens fordelt på de forskellige hovedbrancher. Forbruget af øvrige udvalgsvarer er steget moderat, mens forbruget af dagligvarer og beklædning er stort set uændret. Samlet set er forbruget på detailhandel i dag på niveau med 2010.

Især udvalgsvarerhandlen er gået tilbage. Tilbagegangen i perioden 2007-2017 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen er faldet med ca. 20-25 % på landsplan. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 3 %. Dagligvareomsætningen er faldet med ca. 9 %, men omvendt har discountbutikkerne haft markant fremgang under lavkonjunkturen. Samlet set er omsætningen i detailhandlen på landsplan faldet med ca. 8 % fra 2007-2017.



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

Det forventes, at privatforbruget fremover vil vokse moderat i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden under højkonjunkturen fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge i detailhandlen.

NETHANDLEN BLIVER INTELLIGENT OG FORTSÆTTER SIN VÆKST

E-handlen spiller en stadig stigende rolle for detailhandlen i Danmark og vil fortsætte sin udvikling og vil blive endnu mere attraktiv for kunderne. Verden rummer et uendeligt udbud af varer, som ingen kan overskue, men nethandlen bliver mere intelligent og bliver hele tiden bedre til at hjælpe kunden til at finde den helt rette vare til den rette pris. Nethandlen vil blive endnu bedre til at udnytte sin viden om kunden og vil via brug af store datamængder have et billede af kundens præferencer, og de vil blive gode til at levere personlig rådgivning. Søgning- og købsprocessen vil blive fulgt op af endnu hurtigere og mere effektive systemer til levering af varerne til døren og enkle, hurtige og sikre muligheder for at returnere eller bytte varerne. I foråret 2018 er det kommet frem, at Amazon sandsynligvis vil etablere sig i Danmark. Hvis det sker, vil konkurrencen blive endnu hårdere både for byernes butikker og for nethandlen i Danmark.

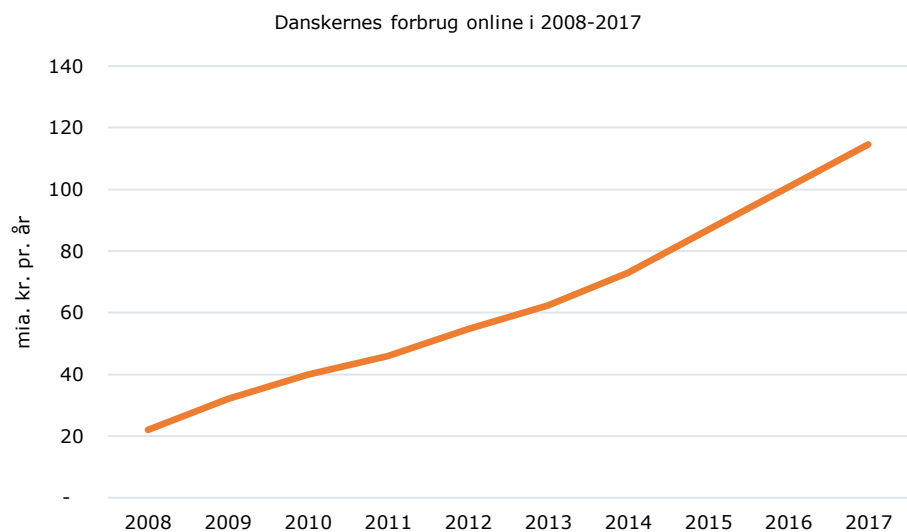
Hvor netbutikkerne kan konkurrere på prisen, må de fysiske butikker konkurrere på indkøbsoplevelsen. Indkøbsmiljø, serviceniveau og den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for netbutikker. Nye tendenser i detailhandlen peger på en større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



NETHANDLEN I TAL

Siden 2009 er omsætningen i nethandlen tredoblet. I 2016 rundede den samlede e-handel 100 mia. kr., hvilket er næsten dobbelt så meget som i 2012. Alene i de første 6 måneder af 2018 brugte danskerne 63 mia. kr. på nettet. I opgørelserne af nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, og fysiske varer som tøj, elektronik og bøger. Fysiske varer udgør ca. 35 % af omsætningen i nethandlen. Nethandlen er stigende og vurderes, at udgøre ca. 15 % af den samlede omsætning af udvalgsvarer til private.

Omfanget af nethandlen er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger, tøj og sko handlet online, mens det stadig kun er under 5 % af dagligvarerne, der handles online.



Nethandlen er vokset med ca. 80 mia. kr. i perioden 2008-2017, hvilket svarer til en femdobling på knap 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

STRUKTURUDVIKLINGEN MOD FÆRRE MEN STØRRE BUTIKKER FORTSÆTTER

Strukturudviklingen er i mange år gået mod færre men større butikker, og den udvikling ser ud til at fortsætte.

Udviklingen har været tydelig inden for dagligvarer, hvor mindre og selvstændige købmænd er blevet erstattet af større og mere effektive discountbutikker. Dagligvarer handles typisk nær bopælen, på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på nettet, og dagligvarer er den mindst konjunkturfølsomme varegruppe. De seneste tendenser er, at forbrugerne efter mange års prioritering af lave priser igen er begyndt at efterspørge lidt dyrere dagligvarer og er mere kvalitetsbevidste. Den udvikling kan, hvis tendenserne fortsætter, skabe behov for en ændret planlægning. Eksempelvis melder de lidt større og mere kvalitetsbevidste supermarkeder som eksempelvis Meny og SuperBrugsen om øgede markedsandele.

Dagligvarebranchen er kendetegnet af en dynamisk udvikling. SuperBest opførte i 2015, og Kiwi ophørte i Danmark i 2017. Fakta lukkede 27 butikker i

2017 og lukkede yderligere 47 butikker i 2018. I maj 2018 blev det meldt ud, at 15 Dagli'Brugsen og Lokal Brugsen lukkes. Aldi har bebudet butikslukninger samtidig med, at Aldi har planer om at modernisere og flytte 150 butikker. I 2017 åbnede Rema 1000 deres butik nummer 300 og har planer om flere butiksåbninger, og Netto har rundet 500 butikker. Lidl ønsker at fordoble antallet af butikker i Danmark. Endeligt forventes det, at Salling Group, tidl. Dansk Supermarked, overtager førstepladsen målt på dagligvareomsætning fra Coop, som følge af planerne om åbningen af ca. 100 nye Netto-butikker.

Samtidig med etableringen af nye discountbutikker etableres der også nye supermarkeder. Betjente slagter- og fiskeafdelinger mv. er for alvor på vej tilbage til de større supermarkeder og varehuse og skaber behov for udvidelser. Handlen med økologiske varer er i vækst og satte i 2017 omsætningsrekord for 11. år i træk.

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

Udvalgsvarehandlen går fortsat mod mere handel i de store handelscentre og på nettet, men der er også en tendens til at mere udvalgsvarehandel flytter til de mellemstore byer tæt på forbrugerne. Mange af de varer, som forbrugerne tidligere var villige til at køre langt efter til de store byer, er typisk standardvarer, som i stor udstrækning kan købes på nettet i dag. Flere kæder har tilpasset deres koncepter til mellemstore og mindre byer. Det gælder eksempelvis H&M, Jysk og Jem & Fix, og det giver forbrugerne mulighed for det lette lokale valg, som kan konkurrere med handel på nettet.



ANDELEN AF KÆDEBUTIKKER STIGER – BYERNE BLIVER MERE ENS

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

GODE MULIGHEDER FOR DE SMÅ SELVSTÆNDIGE BUTIKKER

En anden opfattelse er, at der vil blive flere selvstændige butikker. Der vil altid være plads til spændende butikker, som sælger unikke varer og byder på unikke kundeoplevelser. I England er antallet af selvstændige butikker på vej op efter flere års tilbagegang.

Byernes butikker vil blive mere levende og varierede, og de vil i stigende grad kombinere handelsoplevelser med underholdning, events, specielle arrangementer og det personlige forhold til kunderne.

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



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

Turister er også en kilde til udvikling af de selvstændige butikker. Turistbyer har typisk mange selvstændige butikker. Shopping i et charmerende miljø i den historiske bymidte er en vigtig del af at være turist. Der er som turist god tid til at nyde byturen, være nysgerrig, gå på jagt efter det gode tilbud, finde det specielle, og kombinere shopping med spisning og andre af byens tilbud.

Mulighederne for at starte op med selvstændig butik hjælpes på vej af, at de sociale medier giver mulighed for effektiv markedsføring til lave omkostninger, og at systemer til drift af en butik er blevet billige og hurtige at sætte op.

De selvstændige butikkers er som den øvrige detailhandel udfordret af nethandlen og de store kæder. En anden udfordring for de mindre og selvstændige butikker er, at der ofte er mangel på billige, men velbeliggende lokaler.

DAGLIGVREBUTIKKER I DE SMÅ BYER

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

Dagrofa har taget et interessant initiativ, hvor borgere og lokalsamfund bliver medfinansierende i en dagligvarebutik. Der er eksempler på, at det er lykkedes at modernisere en eksisterende butik og øge omsætningen markant eller at bygge en helt ny og levedygtig dagligvarebutik, men det hele afhænger af, at der er stærk lokal opbakning til at sikre eller genetablere byens dagligvareforsyning.

BYMIDTERNE BLIVER MERE BLANDEDE

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

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



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

NYE FORBRUGSVANER

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



DEN NYE PLANLOVS BETYDNING FOR DETAILHANDLEN

Med de ændrede bestemmelser om detailhandelsplanlægning i Planloven gives der mulighed for større dagligvare- og udvalgsvarebutikker – også i aflastningsområder udenfor bymidten. Den nye Planlov sætter rammerne for øget vækst, udvikling og konkurrence i detailhandlen. Det forventes, at den nye Planlov vil forstærke strukturudviklingen, som går mod færre, men større butikker, en koncentration af udvalgsvarehandlen i de store byer og mellemstore byer og en generel udflytning af detailhandlen fra bymidterne til byernes periferi.

Kort opsummeret er der sket følgende ændringer af Planlovens regulering af detailhandelsplanlægning:

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

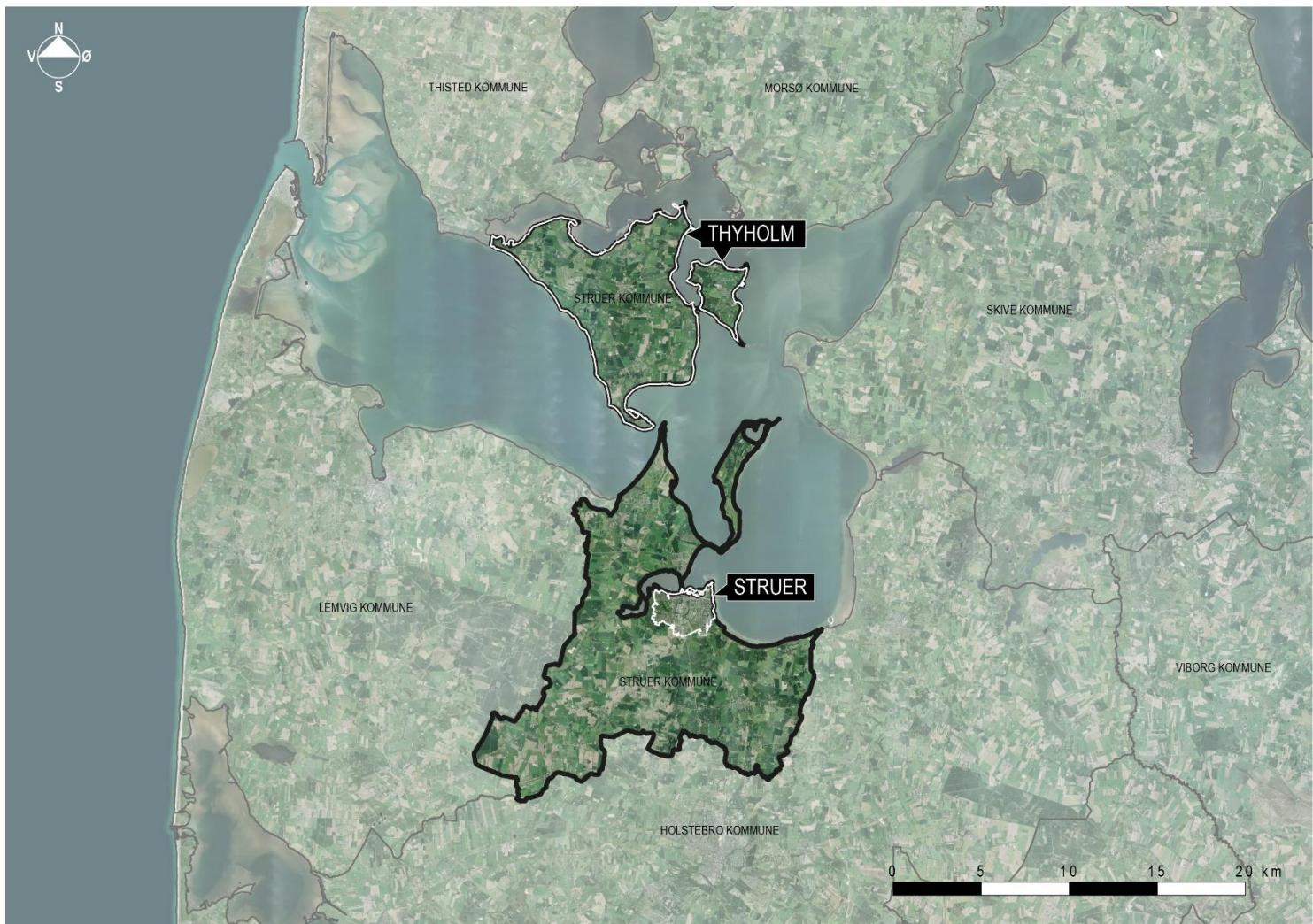


4 Butikker, kæder og areal

I efteråret 2018 er der foretaget en analyse af butikkerne i Struer Kommune som et led i vurderingen af detailhandlens tilstand og udviklingsmuligheder. Arbejdet har omfattet kortlægning af butikker, deres beliggenhed, butikstype, kædetilhørsforhold, omsætning, bruttoetageareal mv.

For at få et indtryk af butiksstrukturen og styrkeforholdene mellem de primære butiksområder i kommunen er butikkerne inddelt i tre oplande (Se figur 1):

- > Struer by
- > Thyholm
- > Øvrig kommune



Figur 1: Kortet over de tre oplande - Struer, Thyholm og den øvrige kommune.

BUTIKSSTRUKTUR OG UDBUD

Der er i efteråret 2018 registreret 92 butikker i Struer Kommune, hvor af ca. 30 % er dagligvarebutikker. Butiksstrukturen i kommunen er et tydeligt udtryk for den centraliserede butiksstruktur, hvor Struer by både befolkningsmæssigt og handelsmæssigt er den klart defineret hovedby.

I Struer by bor knap halvdelen af kommunens indbyggere, mens byen rummer ca. 2/3 af kommunens butikker. Det største udbudspunkt er Struer bymidte, hvor langt hovedparten af kommunens beklædningsbutikker ligger sammen med flere dagligvarebutikker og øvrige udvalgsvarebutikker. Langs Holstebrovej ligger større butiksområder. Den nordlige del, som er en del af bymidten, rummer en kombination af store dagligvarebutikker og udvalgsvarebutikker, mens den sydlige del, der er udlagt som område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper, består af øvrige udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper, herunder bilforhandlere.

Struer by har mistet ca. 20 butikker, svarende til 25 %, i perioden 2011-2018. Tilbagegangen svarer til andre tilsvarende byer. Især de øvrige udvalgsvarebutikker har været udfordret, og der er i 2018 næsten 40 % færre butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer, end i 2011. Faldet er betydeligt større end i de fleste andre sammenlignelige byer.

Butikskoncentrationen i Struer midtby er størst i Østergade, mens butikkerne ligger lidt mere spredt i Vestergade. Selvom Kvikly i Smedegade, der har fungeret som ankerbutik i den centrale del af bymidten, er lukket, er det lykkedes at erstatte butikken med en SuperBrugsen, som nu er den nye ankerbutik på samme adresse.



Thyholms detailhandel er forankret i Hvidbjerg, som er området største udbudspunkt. Trods kort afstand til Struer og relativt få indbyggere i Hvidbjerg (ca. 1.150 indb.) er der forholdsvis mange butikker. I forhold til 2011 har Thyholm mistet 8 butikker, som er det største procentuelle tab blandt de tre oplande. Især dagligvarebutikker har haft svært ved at drive forretning på Thyholm, hvilket underbygges af et fald i antal dagligvarebutikker på knap ca. 45 %. 2011 har der været to dagligvarebutikker på Jegindø, som begge to er lukket i 2018. Dermed er der ikke længere nogle butikker på Jegindø.



I den øvrige del af kommunen uden for Thyholm og Struer er butiksudbuddet begrænset. Der er således ingen byer, der har mere end 2 butikker. Butikkerne forsyner hovedsageligt et lokalt opland, mens enkelte butikker skiller sig ud som specialbutikker, der forsyner et større opland. I forhold til 2011 er der forsvundet en tredjedel af butikkerne i den øvrige del af kommunen, svarende til 8 butikker. Tabet er mest markant inden for øvrige udvalgsvarer.

I alt har Struer Kommune mistet ca. 30 % af sine butikker i perioden 2011-2018. En nærmere analyse af tallene viser, at Struer by har vundet markedsandele inden for kommunen, mens de mindre byer og landområder har mistet markedsandele.

ANTAL BUTIKKER 2018 (2011)

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige ud- valgsvarer	Særligt plads- krævende	I alt	Andel i Struer Kommune
<i>Struer by</i>	21 (26)	12 (17)	20 (32)	9 (8)	62 (83)	67 % (64%)
<i>Thyholm</i>	4 (7)	1 (4)	6 (8)	3 (3)	14 (22)	15 % (17 %)
Hvidbjerg	3 (4)	1 (3)	3 (5)	2 (2)	9 (14)	
Jegind	0 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	
Lyngs	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	
Uglev	0 (1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (1)	
Øvrige	1 (1)	0 (1)	2 (2)	1 (1)	4 (5)	
<i>Øvrig Kommune</i>	4 (5)	2 (2)	7 (13)	3 (4)	16 (24)	17 % (19 %)
Asp	1 (1)	0 (0)	1 (2)	0 (0)	2 (3)	
Bremdal	0 (0)	0 (0)	2 (2)	0 (0)	2 (2)	
Fousing Kirkeby	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (1)	1 (1)	
Hjerm	2 (2)	0 (0)	0 (2)	0 (0)	2 (4)	
Humlum	1 (2)	1 (1)	0 (0)	0 (0)	2 (3)	
Linde	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (1)	
Resenstad	0 (0)	0 (0)	1 (1)	0 (0)	1 (1)	
Vejrumstad	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (0)	0 (1)	
Øvrige	0 (0)	1 (1)	3 (4)	2 (3)	6 (8)	
<i>I alt</i>	29 (38)	15 (23)	33 (53)	15 (15)	92 (129)	

Butikkerne er kortlagt ved besigtigelsen i efterår 2018.

BUTIKSAREAL

Det samlede butiksareal til butikker i Struer Kommune er knap 50.000 m² inkl. areal til butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Selvom Struer Kommune har mistet en del butikker i perioden 2011-2018, er bruttoetagearealet næsten uændret i samme periode. Udviklingen vidner om tendens til, at butikkerne er blevet færre men større. Tallene om bruttoetagearealet understreger også Struer bys rolle som hovedby – ca. 85 % af det samlede areal til detailhandel findes i Struer by. Det største tab i bruttoetagearealet er registreret i Thyholm, som har mistet 35 % af sit bruttoetageareal og 13 %-point i andelen af kommunens bruttoetageareal.

Butiksarealet i strøgområdet i Struer by udgør ca. 50 % af det samlede butiksareal i Struer by, når der ses bort fra særligt pladskrævende varer. Inden for de enkelte brancher er beklædning den branche, hvor den største andel af det samlede bruttoetageareal ligger i strøgområdet.

I 2011 havde ca. 50 % af butikkerne et bruttoetageareal under 200 m² i Struer Kommune. Andelen i 2018 ligger på ca. 43 %. Udviklingen er endnu en indikator på, at butikkerne er blevet større. I strøgområdet langs Østergade og Vestergade er andelen af de mindre butikker højere, hvor de udgør ca. 60 % af butikkerne. Samlet set er ca. 80 % af butikkerne i strøgområdet under 500 m².

BRUTTOETAGEAREAL 2018 (2011)

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt	Andel i Struer Kommune
	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²	%
<i>Struer by</i>	<i>12.200</i>	<i>5.600</i>	<i>10.000</i>	<i>13.300</i>	<i>41.000</i>	<i>84 %</i>
<i>Thyholm</i>	<i>1.000</i>	<i>100</i>	<i>1.300</i>	<i>1.500</i>	<i>4.000</i>	<i>8 %</i>
Hvidbjerg	800	100	400	1.000	2.300	
Lyngs	-	-	700	-	700	
Øvrige	300	-	200	500	1.000	
<i>Øvrig Kommune</i>	<i>1.200</i>	<i>600</i>	<i>1.200</i>	<i>700</i>	<i>3.700</i>	<i>8 %</i>
Asp	300	-	30	-	330	
Bremdal	-	-	400	-	400	
Fousing Kirkeby	-	-	-	200	200	
Hjerm	400	-	-	-	400	
Humlum	500	400	-	-	900	
Resenstad	-	-	600	-	600	
Øvrige	-	200	200	500	900	
<i>I alt</i>	<i>14.400</i>	<i>6.300</i>	<i>12.500</i>	<i>15.400</i>	<i>48.600</i>	
<i>I alt 2011</i>	<i>16.400</i>	<i>5.200</i>	<i>15.000</i>	<i>12.350</i>	<i>49.000</i>	

Bruttoetagearealet omfatter butikkernes samlede areal, herunder salgsareal, lager, kontor mv. I alle opsummeringer er arealerne afrundet til hele 100 m².

KÆDER

Detailhandlens attraktion er udover bredden og dybden i butiksbestanden også afhængig af tilstedeværelsen af kædebutikker. I Struer Kommunes detailhandel er godt 55 % af butikkerne organiseret i en frivillig kæde eller en kapitalkæde,

mens de resterende er selvstændige butikker. Sammenlignet med 2011 er kædeandelen næsten fordoblet. Udviklingen viser dels den generelle tendens i detailhandlen hen mod flere kædebutikker og færre selvstændige butikker. Tallene viser også, at de selvstændige butikker i Struer Kommune har haft svært ved at drive forretning i de senere år. Årsagen er, at kædebutikkerne står stærkere og er mindre sårbare over for ændringer i konjunkturerne.

KÆDETILKNYTNING 2018 (2011)				
	Kapitalkæde	Frivillig	Uden for kæde	I alt
<i>Struer by</i>	24 (18)	10 (13)	22 (52)	56 (83)
<i>Thyholm</i>	2 (0)	4 (3)	6 (19)	12 (22)
Hvidbjerg	2	4	2	8
Lyngs	-	-	1	1
Øvrige	-	-	3	3
<i>Øvrig Kommune</i>	1 (0)	6 (4)	7 (20)	14 (24)
Asp	-	2	-	2
Bremdal	-	2	-	2
Hjerm	-	1	1	2
Humlum	1	-	1	2
Resenstad	-	-	1	1
Øvrige	-	1	4	5
<i>I alt</i>	27 (18)	20 (20)	35 (91)	82* (129)
*Struer Kommunes bilforhandlere indgår ikke i tabellen.				

5 Omsætning og handelsbalancer

Butikkerne i Struer Kommune omsatte for ca. 820 mio. kr. i 2017 ekskl. bilforhandlere, som står for yderligere ca. 140 mio. kr. Det er ca. 80 mio. kr. eller 9 % mindre end i 2011. Omsætningen er faldet med ca. 6 % i Struer-området, ca. 50 % i Thyholm-området og steget med ca. 13 % i den øvrige kommune.

ANVENDT METODE VED OPGØRELSE AF OMSÆTNING

For hver butik er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for det seneste hele regnskabsår (2017).

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

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

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

Alle oplysninger behandles anonymt hos COWI A/S. Omsætningstal er alene offentliggjort for store virksomhedsgrupper, så det ikke er muligt at gennemskue en enkelt virksomheds omsætning.



5.1 Omsætning

Mere end 60% af omsætningen i detailhandlen i Struer Kommune er inden for dagligvarer. I de fleste andre kommuner er fordelingen mellem dagligvarer og udvalgsvarer mere ligeligt fordelt. Styrkeforholdet med en overvægt af dagligvarer understreger Struer Kommunes status som 'dagligvare-kommune'. Fordelingen af omsætningen i de tre analyseområder (Struer by, Thyholm og den øvrige kommune) viser med tydelighed, at langt hovedparten af detailhandelsaktiviteterne sker i Struer by. Det er bemærkelsesværdigt, at der er en større koncentration af dagligvarehandlen end udvalgsvarerhandlen i Struer by. Strukturen understreger Struers position som det primære udbudspunkt i kommunen - både inden for dagligvarer og udvalgsvarer. Normalt ses en større spredning af dagligvarehandlen i kommunen, mens en koncentration af udvalgsvarerhandlen i samme størrelsesorden som i Struer er almindelig. Dagligvarehandlens koncentration vurderes at være udtryk for, at de omkringliggende byer er forholdsvis små, og at Struer med sin status og placering som central handelsby for kommunens indbyggere er det naturlige indkøbssted med et stort butiksudbud.

UDVIKLINGEN I OMSÆTNINGEN I PERIODEN 2011-2018

I perioden 2011- 2018 er den samlede årlige omsætning i Struer Kommune faldet med ca. 80 mio. kr. eller ca. 9 %. Især omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er gået meget tilbage. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 18 % siden 2011. Tilbagegangen kan dels tilskrives den øgede konkurrence med udvalgsvarerhandlen i Holstebro, det faldende indbyggertal i Struer Kommune samt den stigende nethandel. Til gengæld har dagligvare- og beklædningsbutikker klaret sig godt i lyset af, at der er betydelig færre butikker i forhold til 2011. Omsætningen inden for dagligvarer er kun gået tilbage med ca. 5 %, mens omsætningen inden for beklædning er gået tilbage med ca. 4 %. I andre tilsvarende byer er detailhandlen med tøj og sko faldet betydeligt mere end i Struer.

OMSÆTNING 2017 (2010)

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt	Fordeling
	mio. kr.	mio. kr.	mio. kr.	mio. kr.	%
Struer by	449 (427)	77 (79)	162 (224)	688 (731)	84 %
Thyholm	29 (67)	0-5* (8)	13 (20)	Ca. 45 (94)	5 %
Øvrig Kommune	32 (45)	13 (11)	43 (22)	88 (78)	11 %
<i>I alt</i>	<i>510 (539)</i>	<i>90-95 (97)</i>	<i>218 (267)</i>	<i>Ca. 820 (903)</i>	

*Omsætningen er anonymiseret, hvis der er 3 eller færre sammenlignelige butikker i kategorien.

Beløbene er inkl. moms.

Omsætningen (salg til private) for byggemarkeder mv. er inkluderet i omsætningen for øvrige udvalgsvarer.

Omsætningen fra bilforhandlere er ikke inkluderet.

5.2 Handelsbalance

Struer Kommune havde i 2017 et lille underskud på handelsbalancen på ca. 45 mio. kr. fordelt på et overskud på ca. 20 mio. kr. for dagligvarer og et underskud på ca. 65 mio. kr. for udvalgsvarer. Handelsunderskuddets begrænsede omfang, på trods af nærheden til Holstebro, kan tilskrives loyale borgere, der handler lokalt, og turismen.

DEFINITION

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

I beregningen af handelsbalancen er der taget højde for e-handlen. I beregningerne er det derfor borgernes forbrug i fysiske butikker som holdes op til mod omsætningen i fysiske butikker.

En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem.

HANDELSBALANCE 2017 (2010)

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
	%	%	%	%
Struer by	188 (168)	162 (130)	119 (129)	163 (150)
Thyholm	48 (81)	* (38)	37 (36)	42 (60)
Øvrig Kommune	17 (23)	34 (14)	40 (13)	26 (20)
<i>I alt</i>	<i>104 (101)</i>	<i>95 (76)</i>	<i>78 (73)</i>	<i>95 (88)</i>
<i>I alt ekskl. turisme</i>	<i>95 (94)</i>	<i>78 (65)</i>	<i>75 (72)</i>	<i>87 (82)</i>

*Handelsbalancen er anonymiseret, hvis der er 3 eller færre butikker i kategorien.

HANDELSBALANCE FOR STRUER KOMMUNE

Struer Kommune havde i 2017 et underskud på handelsbalancen på ca. 45 mio. kr. Underskuddet dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 20 mio. kr. eller ca. 4 %, et underskud inden for beklædning på knap 5 mio. kr. eller ca. 5 % og et underskud inden for øvrige udvalgsvarer på godt 60 mio. kr. eller ca. 22 %. Tallene viser, at detailhandlen i Struer Kommune klarer sig godt

set i lyset af kommunens størrelse og nærheden til det regionale handelscenter Holstebro.

Handelsbalancen for Struer Kommune er steget med ca. 7 %-point fra 88 % til ca. 95 % i perioden 2011-2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er steget med ca. 3 %-point fra 101 % til 104 %, at handelsbalancen for beklædning er steget med ca. 19 %-point fra 76 % til 95 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 5 %-point fra 73 % til 78 %. Med en begrænset detailhandel skal der ikke meget til for at flytte handelsbalancerne markant. Eksempelvis er årsagen til den markante udvikling inden for beklædning hovedsageligt, at en butik, Vild med Sport, er overgået til Sport 24. Samtidig er butikken overgået fra primært at sælge sportsudstyr (øvrige udvalgsvarer) til sportsbeklædning (beklædning). Et andet eksempel er den meget positive udvikling i handelsbalancen for dagligvarer i Struer by. Udviklingen skyldes hovedsageligt en betydelig vækst i omsætningen i discountbutikkerne. Et sidste eksempel er udviklingen i handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer i den øvrige kommune. Udviklingen kan primært tilskrives, at få butikker nu er registreret med en betydeligt højere omsætning.

Udviklingen i handelsbalancerne skal desuden ses i lyset af flere faktorer. For det første er både omsætningen og forbrugsgrundlaget faldet betydeligt siden 2011. For det andet er omsætningen faldet lidt mindre end forbrugsgrundlaget. Samlet set kommer udviklingen til udtryk i let stigende handelsbalancer, selvom omfanget af den samlede detailhandel er reduceret betydeligt.



HANDELSBALANCE FOR OPLANDET TIL STRUER BY

Oplandet til Struer by havde i 2017 et overskud på handelsbalancen på ca. 265 mio. kr. Dermed er Struer by afgørende for at holde handelsunderskuddet for Struer Kommune til et begrænset omfang.

Overskuddet på de ca. 265 mio. kr. dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 210 mio. kr. eller ca. 88 %, et overskud for beklædning på ca. 30 mio. kr. eller ca. 62 % og et overskud for øvrige udvalgsvarer på godt 25 mio.

kr. eller ca. 19 %. Handelsoverskuddet for dagligvarehandlen er særligt markant og en stor styrke for Struers handelsliv.

I perioden 2011-2017 er handelsbalancen for oplandet til Struer steget med ca. 13 %-point fra ca. 150 % til ca. 163 %. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er steget med ca. 20 %-point fra ca. 168 % til ca. 188 %, at handelsbalancen for beklædning er steget med ca. 32 %-point fra ca. 130 % til ca. 162 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 10 %-point fra ca. 129 % til ca. 119 %. Udviklingen viser, at Struer står endnu stærkere i forholdet mellem omsætning og lokalt forbrugsgrundlag end tidligere.

HANDELSBALANCE FOR OPLANDET TIL THYHOLM

Oplandet til Thyholm havde i 2017 et underskud på handelsbalancen på godt 60 mio. kr. Thyholms detailhandel er af begrænset omfang ligesom der ikke bor mange borgere. Desuden ligger Struer by og Hurup i kort afstand fra Thyholm.

Underskuddet på de ca. 60 mio. kr. dækker over et handelsunderskud for dagligvarer på godt 30 mio. kr. pr. år eller ca. 52 %, et underskud for beklædning på knap 10 mio. kr. eller ca. 74 % og et underskud for øvrige udvalgsvarer på godt 20 mio. kr. eller ca. 63 %. Niveauet af handelsbalancerne viser, at detailhandlen i Thyholm er markant udfordret.

Handelsbalancen for oplandet til Thyholm er faldet med ca. 18 %-point fra ca. 60 % til ca. 42 % i perioden 2011-2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er faldet med ca. 33 %-point fra ca. 81 % til ca. 48 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 1 %-point fra ca. 36 % til ca. 37 %. Udviklingen viser, at detailhandlen i Thyholm er endnu mere markant udfordret end tidligere, og at langt det meste forbrug lægges i butikker uden for oplandet. Med flere butikslukninger siden 2011 kan det være svært at vende den negative udvikling.



HANDELSBALANCEN FOR OPLANDET TIL DEN ØVRIGE KOMMUNE

Oplandet til den øvrige kommune havde i 2017 et underskud på handelsbalancen på knap 250 mio. kr. Underskuddet dækker over et handelsunderskud for dagligvarer på ca. 155 mio. kr. pr. år eller ca. 83 %, et underskud på ca. 25 mio. kr. eller ca. 66 % for handlen med beklædning og et underskud for øvrige udvalgsvarer på ca. 65 mio. kr. eller ca. 60 %. Mens der for oplandet til Struer by er overskud på handelsbalancen, så er der altså underskud for oplandet til den øvrige kommune. Det skyldes, at butikkerne er koncentreret i Struer by, mens der bor en del borgere i landområderne, som har Struer by som deres naturlige handelssted.

Handelsbalancen for oplandet til den øvrige kommune er steget med ca. 6 %-point fra ca. 20 % til ca. 26 % i perioden 2011-2017. Udviklingen dækker over at handelsbalancen for dagligvarer er faldet ca. 6 %-point fra ca. 23 % til ca. 17 %, at handelsbalancen for beklædning er steget med ca. 20 %-point fra ca. 14 % til ca. 34 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 27 %-point fra ca. 13 % til ca. 40 %.

Detailhandlen i den øvrige kommune er af så begrænset omfang, at enkelte butikslukninger eller -åbninger medfører en markant udsving på handelsbalancen.

HANDELSBALANCE EKSKLUSIVE TURISTERNES FORBRUG

For at kunne sammenligne med analysen fra 2011 og fremhæve turismens betydning for Struer Kommunes detailhandel er der også beregnet en handelsbalance for Struer Kommune, hvor turisternes forbrug er fratrukket omsætningen i kommunens detailhandel.

Struer Kommune har et underskud på handelsbalancen på ca. 115 mio. kr. pr. år, hvis turisternes økonomiske bidrag trækkes fra. Underskuddet dækker over et handelsunderskud for dagligvarer på knap 25 mio. kr. pr. år eller ca. 5 %, et underskud inden for beklædning på ca. 20 mio. kr. pr. år eller ca. 22 % og et underskud inden for øvrige udvalgsvarer på knap 70 mio. kr. pr. år eller ca. 25 %. Tallene understreger turismens betydning for detailhandlen i Struer Kommune.

Handelsbalancen for Struer Kommune – fratrukket turisternes bidrag – er steget med ca. 5 %-point fra 82 % til ca. 87 % i perioden 2011-2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er steget med ca. 1 %-point fra 94 % til 95 %, at handelsbalancen for beklædning er steget med ca. 13 %-point fra 65 % til 78 % og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 3 %-point fra 72 % til 75 %.



6 Turisternes andel af omsætningen

Turisternes forbrug i butikkerne i Struer Kommune er beregnet til i størrelsesordenen 70 mio. kr. svarende til 8,5 % af butikkernes samlede omsætning.

ANVENDT METODE

Turismen er vigtig for detailhandlen i Struer Kommune. Derfor har der været ekstra fokus på at få mere viden om, hvor meget turisterne bidrager med. For at sætte tal på turisternes bidrag til detailhandlens omsætning er der foretaget beregninger på baggrund af undersøgelser fra VisitDenmark.

Ved hjælp af VisitDenmarks undersøgelser er det muligt at få overnatningstal og antal endagsbesøgende for kommuner og turisternes døgnforbrug, fordelt på nationalitet og brancher. Overnatningstallene er opgjort for både danske og udenlandske turister, ligesom der er opgjort døgnforbrug pr. person for de forskellige nationaliteter. Ud fra de oplysninger kan der beregnes det forbrug, der bliver skabt af de overnattende turister og endagsbesøgende i Struer Kommune.

BEREGNING AF TURISTERNES FORBRUG

I 2017 blev der registreret i alt ca. 180.000 turistovernatninger og ca. 200.000 endagsbesøgende i Struer Kommune. Ca. 79 % af overnatningerne kan tilskrives danske turister, og ca. 21 % er fra udenlandske turister. Det samlede forbrug i detailhandlen fra overnattende turister i Struer Kommune er beregnet til ca. 35 mio. kr. pr. år. Heraf bidrager danske turister med ca. 25 mio. kr. og udenlandske turister med ca. 10 mio. kr.

KOMMERCIELT OVERNATTENDE TURISTERS FORBRUG I DETAILHANDLEN I STRUER KOMMUNE, 2017

	ANTAL OVERNATNINGER	GNS. DØGNFORBRUG	TURISTERNES FORBRUG PR. ÅR
DANSKE TURISTER	142.300	174 kr.	25 mio. kr.
UDENLANDSKE TURISTER	37.800	271 kr.	10 mio. kr.
<i>I ALT</i>	<i>180.100</i>	-	<i>35 mio. kr.</i>



Overnatningerne dækker kun over kommercielle overnatninger på hotel, vandrehjem m.fl. eller i feriehus, der blev udlejet gennem danske udlejningsbureauer. En del feriehusene er ejet af danskere, der selv overnatter i feriehusene eller udlejer feriehusene privat.

Det samlede forbrug fra endagsbesøgende og turister, der overnatter i privat udlejede feriehus er vurderet og beregnet til ca. 35 mio. kr.

Samlet set bidrager samtlige overnattende turister og endagsbesøgende således med ca. 70 mio. kr. til detailhandlen i Struer Kommune. En fordeling af turisternes økonomiske bidrag inden for de enkelte brancher fremgår af nedenstående tabel.

TURISTERNES FORBRUG I DETAILHANDLEN I STRUER KOMMUNE, 2017

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
I ALT	44 mio. kr.	17 mio. kr.	8 mio. kr.



7 Forbrugsudvikling og arealbehov

Afhængigt af udviklingen i 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 mod de store byer, økonomisk afmatning, en stigende e-handel og øget konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Nye tal tyder på, at den økonomiske afmatning er stoppet, og at privatforbruget langsomt stiger igen, men udviklingen på længere sigt er usikker. Meget andet vil også have indflydelse på handelslivet i Struer Kommune. Følgende faktorer har betydning:

- > Kommunens og erhvervslivets engagement i udviklingen af detailhandlen
- > Befolkningsudviklingen
- > Udviklingen i privatforbruget
- > Udviklingen i internethandlen
- > Udvikling i handelsbalancen overfor nabokommunerne
- > Udviklingen i turismen
- > Udviklingen i butikkernes omsætning pr. m²

Der er opstillet to scenarier for udviklingen. Maksimumsscenariet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Struer Kommune. Minimumsscenariet udtrykker den omvendte situation.

KOMMUNENS ENGAGEMENT I UDVIKLINGEN AF DETAILHANDLEN

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

BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

Vækst i indbyggertallet betyder flere kunder og har stor betydning for detailhandlen. Ifølge Struer Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet falde med ca. 950 personer eller ca. 4,5 % i perioden 2017 til 2030. Samlet set svarer tilbagegangen til et fald i det årlige forbrugspotentiale på i størrelsesordenen 40 mio. kr. i 2017-priser. Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Struer Kommunes prognose.



UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Efter 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

- > Samlet set er omsætningen i detailhandlen faldet med ca. 8 % fra 2007-2017 på landsplan. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005¹.
- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne er faldet med ca. 9 %. Discountbutikkerne under ét har haft markant fremgang under lavkonjunkturen. Siden 2012 har omsætningen ligget på et nogenlunde konstant niveau.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche. Tilbagegangen i perioden 2007-2017 har været størst indenfor beklædningsbutikkerne, hvor omsætningen er faldet med ca. 20-25 % på landsplan.
- > Omsætningen i de øvrige udvalgswarebutikker er faldet med ca. 3 %. Øvrige udvalgsvarer ligger dog efter en relativt stor stigning i perioden 2013-2017 næsten på niveauet i 2006.

Forbruget nåede et lavpunkt omkring 2013. De seneste tendenser er, at forbruget igen stiger svagt. Forbruget er siden 2013 steget med knap 5 %, men stigningen er uens fordelt. Forbruget af øvrige udvalgsvarer er steget moderat, mens forbruget af dagligvarer og beklædning er stort set uændret.

Det forventes, at privatforbruget fremover 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.

NETHANDLEN

E-handlen vinder frem. Siden 2007 er omsætningen femdoblet, og i 2017 nåede internethandlen et omfang på ca. 115 mia. kr. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning og fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Nethandlen forventes at fortsætte sin vækst.



¹ Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i de sidste 12 måneder.

Nethandlen er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj handlet online, mens det stadig kun er godt 2 % af dagligvarerne, der handles online. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også handel inden for nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på nettet. Hvis væksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butikksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder. Sker omsætningen derimod som et supplement til omsætningen i den fysiske butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til at øge behovet for butiksareal eller kan medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker.

I de to scenarier forudsættes det, at nethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen vil fortsætte sin kraftige vækst. Eksempelvis forventes den at dække 40 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2030. I maksimumsscenarioet forventes nethandlen at vokse mere beskedent og dække 27 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2030.

TURISMEN

Turismen har stor betydning for detailhandlen. Om de senere års positive udvikling i turismen fortsætter, er vanskeligt at vurdere. I minimumsscenarioet er det forudsat, at turismen bliver på det nuværende niveau, og at turisterne bruger ligeså mange penge i detailhandlen som i dag. I maksimumsscenarioet er det forudsat, at den positive udvikling i turismen fortsætter, og at turismen fortsat vokser. Turismen har betydning for handelsbalancen.

UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVERFOR OMVERDENEN

Struer Kommunes og handelslivets engagement i udviklingen af detailhandlen kan påvirke handelsbalancen over for de konkurrerende kommuner. Detailhandlen i Struer Kommune vil udvikle sig. En udbygning af detailhandlen ved Holstebrovej vil kunne styrke Struers position i den regionale konkurrence, ligesom vækst i turismen vil styrke Struer Kommunes detailhandel, men de konkurrerende byer vil også udvikle deres detailhandel. Byernes styrkeforhold som indkøbsbyer ændrer sig over tid. Holstebro har de sidste mange år styrket sin position som overordnet handelsby i Nordvestjylland. Spørgsmålet er, hvordan styrkeforholdet vil udvikle sig 12 år frem.

Scenarierne udtrykker et spænd i udviklingen i handelsbalancen. I minimumsscenarioet er det forudsat, at Struer Kommunes andele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer vil være lavere end de nuværende niveauer. I maksimumsscenarioet forudsættes, at Struer Kommune styrker sin regionale position, vinder markedsandele og at den turismeafledte omsætning i Struer Kommune vokser. Derfor forudsættes det i maksimumsscenarioet, at handelsbalancerne vil stige.

7.1 Scenarier for arealbehovet i 2030

Fremtiden for detailhandlen i Struer Kommune handler også om udefrakommende tendenser, som sammen med den lokale udvikling vil afgøre, hvor store behov der bliver for udvikling.

Minimumsscenariet

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

- > at den lave vækst i forbruget af detailhandelsvarer fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke bruger væsentligt flere penge på varer, end de gør i dag,
- > at nethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra byernes butikker i 2030,
- > at handelsbalancerne falder, hvilket svarer til at Struer Kommune taber markedsandele til andre handelsbyer i regionen,
- > at turismen bliver mindre,
- > at indbyggertallet falder med ca. 950 personer i perioden 2017-2030.

Minimumsscenariet indebærer, at dagligvare- og udvalgsvarerhandlen i Struer Kommune udvikler sig i takt med befolknings- og forbrugsudviklingen.

Resultatet af minimumsscenariet er, at omsætningen i 2030 vil kunne ske på et areal, der er ca. 3.000 m² mindre end i dag. Der vil blive et mindre behov for dagligvarebutiksareal på ca. 1.100 m², et mindre behov til beklædningsbutikker på ca. 1.500 m² og et mindre behov til øvrige udvalgsvarerbutikker på ca. 300 m² end i dag.



Maksimumsscenarioet

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

- > at forbruget igen vil vokse og i 2030 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- > at væksten i nethandlen bliver mindre markant og at nethandlen i mindre grad vil øge sin andel af forbruget,
- > at handelsbalancen for dagligvarer vil stige moderat med 6 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen,
- > at handelsbalancen for beklædning vil stige med 10 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen,
- > at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer stiger moderat med 5 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen og en udbygning af butikstrukturen, og
- > at indbyggertallet falder med ca. 950 personer i perioden 2017-2030

Maksimumsscenarioet indebærer en større udvikling af detailhandlen frem til 2030, som f.eks. kan være en etablering af aflastningsområdet ved Holstebrovej med detailhandel og andet, som betyder, at detailhandlen i Struer Kommune erobrer markedsandele fra de konkurrerende kommuner i det regionale opland og opleve vækst i forbruget fra turister.

Samlet set vil der i maksimumsscenarioet blive behov for en udvidelse af butikksarealet med ca. 10.000 m². Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på ca. 1.100 m², et behov for yderligere areal til beklædningsbutikker på ca. 1.400 m² og et behov for yderligere areal til butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer på ca. 6.600 m².

BEHOV FOR AREAL TIL BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VARER

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

Der er i de senere år sket en brancheglidning, og butikker indenfor hovedbranchen særligt pladskrævende varegrupper forhandler i stigende grad også øvrige udvalgsvarer. Eksempler er byggemarkeder og plantecentre, som ofte har et stort butiksudsnit med øvrige udvalgsvarer.

Hvis væksten indenfor særligt pladskrævende varegrupper svarer til væksten indenfor øvrige udvalgsvarer, så vil detailhandlen med særligt pladskrævende varer i 2030 kunne klares på et areal, der er stort set det samme som i dag. Hvis

udviklingen svarer til maksimumsscenariet vil der være behov for yderligere ca. 14.000 m² til butikker med særligt pladskrævende varegrupper i 2030.

SAMLET VURDERING

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

Minimums- og maksimumsscenariet angiver tilsammen et spænd for, hvad der anses som realistiske udviklinger. Det mest sandsynlige scenarie er et middelscenarie, dvs. et gennemsnit af minimums- og maksimumsscenariet. Resultatet af middelscenariet er, at de nuværende dagligvare-, beklædnings- og udvalgsvarerbutiksarealer skal udvides med ca. 3.500 m² for at matche arealbehovet i 2030.

Afhængig af, om udviklingen vil læne sig op ad minimums- eller maksimumsscenarioet, vil dagligvarehandlen i 2030 kunne ske på et areal der er mellem ca. 1.000 m² mindre end det nuværende eller ca. 1.000 m² større end det nuværende. Behovet for areal til udvalgsvarerbutikker spænder fra et areal, der er ca. 2.000 m² mindre end det nuværende til et areal, der er ca. 8.000 m² større end i dag. Det bemærkes, at de beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjeblikbillede. Der vil ske ændringer i butiksstrukturen siden analysens udarbejdelse. Butikslukninger kan øge behovet for yderligere areal, mens nyetableringer kan reducere behovet.

Selv om beregningerne af arealbehovet 12 år frem viser, at det mest sandsynlige vil være, at den fremtidige detailhandel vil kunne klares på et butiksareal som kun er lidt større end i dag, så betyder det ikke, at der ikke vil være behov for areal til udvikling af detailhandlen frem over. For det første er udviklingen i behovet meget følsom over for ændringer i forudsætningerne. Hvis udviklingen forløber som i maksimumsscenarioet, så vil der som nævnt være et større behov for yderligere areal til detailhandel. For det andet er detailhandlen et dynamisk erhverv, som betyder, at der er et løbende behov for fornyelse af detailhandlen. Også af den grund er der behov for et passende areal til fornyelse og udvikling.

MINIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2030			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Handelsbalance	-6 %-point	-20 %-point	-5 %-point
Privatforbrugstilvækst	-2 %	-4 %	5 %
Andel til nethandel	10 %	25 %	40 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Behov for yderligere areal	ca. -1.100 m ²	ca. -1.800 m ²	

MAKSIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2030			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Stigning i handelsbalance	6 %-point	10 %-point	5 %-point
Privatforbrugstilvækst	2 %	10 %	29 %
Andel til nethandel	3 %	18 %	27 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Behov for yderligere areal	ca. 1.100 m ²	ca. 8.000 m ²	

Bilag A Arealer i centerområder

BRUTTOETAGEAREAL - CENTEROMRÅDER 2018

	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige ud- valgsvare	Særligt plads- krævende	I alt	Fordeling
	m ²	m ²	m ²	m ²	m ²	%
Struer bymidte – Østergade og Smede- gade	4.605	5.345	4.384	-	14.334	29 %
Struer bymidte – Hol- stebrovej/Industrivej	4.890	250	1.620	-	6.760	14 %
Hvidbjerg bymidte – Nørregade m.m.	790	110	440	-	1.340	3 %
Humlum bymidte	450	400	-	-	850	2 %
Hjerm bymidte	310	-	-	-	310	1 %
Asp og Linde bymidter	320	-	30	-	350	1 %
Bremdal bymidte	-	-	250	-	250	1 %
Lokalcenter Ølbyvej	1.460	-	-	-	1.460	3 %
Lokalcenter Bredgade	750	-	460	-	1.210	2 %
<i>I alt</i>	<i>13.575</i>	<i>6.105</i>	<i>7.184</i>	<i>-</i>	<i>26.864</i>	<i>55 %</i>
Struer bymidte Holste- brovej/Industrivej (SPV)	-	-	-	1.200	1.200	2 %
Struer syd (SPV)	-	-	3.470	11.460	14.930	31 %
Hvidbjerg bymidte SPV	-	-	-	1.000	1.000	2 %
Udenfor centerstruku- ren	846	220	1.800	1.760	4.626	10 %
<i>I alt</i>	<i>14.421</i>	<i>6.325</i>	<i>12.454</i>	<i>15.420</i>	<i>48.620</i>	<i>100 %</i>

Bilag B Ordforklaring

BUTIK

En butik er en fast forretningsenhed, hvorfra der sælges varer til private, dvs. slutbrugeren. Detailhandel fra hjemmet, via postordre og internet mv. uden egentlige fysiske udstillingslokaler indgår ikke i analysen. Hvis en netbutik har en fysisk butik tilknyttet, og der er adgang for kunderne fra den fysiske butik til lageret, så regnes hele virksomhedens areal som butik.

HOVEDBRANCHER

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.

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

Øvrige 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.

Under særligt pladskrævende varegrupper hører biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt møbelbutikker, der alene forhandler møbler.

DAGLIGVAREBUTIKKER

Varehuse

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

Hypermarked

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

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).

AREALBEHOV

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

AREALRAMME OG RESTRUMMELIGHED

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

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

CENTEROMRÅDE

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

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

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

FORBRUGSGRUNDLAG OG FORBRUGSPOTENTIAL

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes forbrugsgrundlaget. Borgernes fremtidige samlede forbrug på varer betegnes som forbrugspotentialet.

HANDELSBALANCE OG DÆKNINGSGRAD

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