

OKTOBER 2014

DETAILHANDELSANALYSE KALUNDBORG KOMMUNE RAPPORT



COWI



INDHOLD

5	SAMMENFATNING
12	RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD
16	BUTIKSANALYSE
30	FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV
36	SWOT-ANALYSE FOR DETAILHANDLEN
42	VURDERING OG UDVIKLING AF CENTERSTRUKTUREN
50	ANBEFALINGER
54	ORDFORKLARING
56	BRANCHEFORTEGNELSE

Frk. Pinocchio



SAMMENFATNING

Der er gennemført analyser af detailhandlen i Kalundborg Kommune i 2009 og i 2014. Perioden har været præget af en strukturudvikling mod færre men større butikker samt en stor intern flytning af butikkerne i Kalundborg. Der er stort set balance i handlen med dagligvarer, og de fleste byer har egen dagligvareforsyning. Kalundborg mangler mange af de større og kendte udvalgswarebutikker, og det en af årsagerne til, at forbrugerne bruger ca. 200 mio. kr. i udvalgswarebutikker uden for kommunen.

INDLEDNING

Kalundborg Kommune igangsatte i foråret 2014 en analyse af detailhandlen. Detailhandelsanalysen for Kalundborg Kommune omfatter en opdateret kortlægning af butikkerne i kommunen. Resultaterne af butiksanalysen er, hvor det er muligt, sammenlignet med detailhandelsanalysen fra 2009. Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens største byer, som et vigtigt input til kommuneplanen og den fremtidige detailhandelsplanlægning.

Analysen danner desuden grundlag for vurderinger af det fremtidige arealbehov. Vurderingen indeholder to scenarier for forbrugsudviklingen, der angiver spændet i forventningerne til arealbehovet i 2026, når der tages hensyn til befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, øget internethandel og handelsbalancen over for nabokommunerne. Forbruget omregnes herefter til et arealbehov til butiksudvikling.

DETAILHANDLEN I KALUNDBORG KOMMUNE UNDER ÉT

Detailhandlen i Kalundborg Kommune består af ca. 175 butikker, heraf ligger ca. 60 % i Kalundborg, ca. 15 % i Høng, ca. 10 % i Gørlev og ca. 15 % den øvrige Kalundborg Kommune. På landsplan har strukturudviklingen i kombination med den økonomiske krise medført en betydelig nedgang i butiksbestanden og skabt flere tomme lokaler eller butikslokaler, der er overgået til andre formål. I Kalundborg Kommune er der registreret ca. 30 udvalgswarebutikker færre end i 2009. Antallet af dagligvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper svarer til antallet fra 2009.

Omsætningen i butikkerne i Kalundborg Kommune er i 2013 registreret til ca. 1,8 mia. kr. fordelt på ca. 60 % dagligvarer og ca. 40 % udvalgsvarer. Borgerne i Kalundborg Kommune havde i 2013 et samlet forbrug i de fysiske butikker på ca. 2,1 mia. kr. fordelt med ca. 55 % til dagligvarer og ca. 45 % til udvalgsvarer. Det vidner om, at detailhandlen i Kalundborg Kommune i lidt højere grad er baseret på dagligvarehandel end på udvalgswarehandel.

DETAILHANDLEN I KALUNDBORG KOMMUNE NØGLETAL

- › Ca. 175 butikker
- › Samlet butiksareal på ca. 97.000 m²
- › Omsætning på ca. 1,8 mia. kr.
- › Forbrug på ca. 2,1 mia. kr.



DÆKNINGSGRAD, 2013

DAGLIGVARER	96
BEKLÆDNING	86
ØV. UDV. VARER	67
I ALT	85

Handelsunderskuddet på ca. 300 mio. kr. svarer til det samlede årlige forbrug for ca. 5.500 indbyggere. Underskuddet svarer også til, at omsætningen i butikkerne er ca. 15 % mindre end forbruget blandt indbyggerne i Kalundborg Kommune. Handelsbalancen kan også beskrives som forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug (dækningsgraden). For detailhandlen i Kalundborg Kommune under ét er dækningsgraden i 2013 beregnet til 85. Det dækker over en dækningsgrad for dagligvarehandlen på 96, for tøj og sko er dækningsgraden beregnet til 86 og for handlen med øvrige udvalgsvarer som hårde hvidevarer, bøger, elektronik mv. er dækningsgraden beregnet til 67. Handelsunderskuddet er på i størrelsesordenen 50 mio. kr. i dagligvarebutikkerne, og i størrelsesordenen 270 mio. kr. i udvalgswarebutikkerne. Forskellen på underskuddet i dagligvare- og udvalgswarehandlen skal ses i sammenhæng med, at indbyggerne i Kalundborg vurderes at handle en stor del af de øvrige udvalgsvarer i Slagelse, Holbæk, Ringsted mv., hvor udbuddet er væsentligt større end i Kalundborg.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2013. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at det påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, så ville dækningsgraden være lavere.

Den sydlige del af Kalundborg Kommune inklusive Høng og Gørlev har samme eller kortere afstand til Slagelse end til Kalundborg. Udvalget i Slagelse er bredere end i Kalundborg, og byen rummer flere store butikker, som ikke findes i Kalundborg, herunder Bauhaus, Elgiganten, Harald Nyborg m.fl. På samme måde har en stor del af den østlige del af Kalundborg Kommune nærmere til Holbæk end til Kalundborg. Det betyder, at Kalundborg by konkurrerer med Slagelse og Holbæk om en stor del af indbyggerne i Kalundborg Kommune. Geografien i Kalundborg Kommune og Vestsjælland er en af forklaringerne på handelsunderskuddet i Kalundborg Kommune.

Der er registreret et samlet butiksareal på ca. 97.000 m² i Kalundborg Kommune fordelt på ca. 40 % dagligvarer, 35 % på udvalgsvarer og ca. 25 % på særligt pladskrævende varegrupper. Både arealet og fordelingen svarer til niveauet fra 2009. Arealet dækker over en større omfordeling af butiksareal i Kalundborg Kommune. Et større butiksområde blev i 2008 etableret ved Stejlhøj i den østlige del af Kalundborg. Området rummer store butikker som Jysk, Punkt 1, T. Hansen mv. Butikkerne ved Stejlhøj havde tilsammen en omsætning på ca. 125 mio. kr. i 2013 og dækker et butiksareal på knap 9.000 m². Det svarer til i størrelsesordenen 20-30 mindre udvalgswarebutikker. Samtidig har Kalundborg oplevet en stor flytning af butikker, og flere butikker er lukket siden 2008. I 2014 er der registreret ca. 20 tomme butikslokaler i Kalundborg bymidte. Heraf ligger 12 i de centrale handelsgader, Kordilgade, Bredgade og Nytorv.

I de øvrige dele af Kalundborg Kommune har der været en generel tilbagegang i udvalgsvarerhandlen. Høng og Gørlev er de eneste byer uden for Kalundborg, der har udvalgsvarerbutikker. Byerne uden for Kalundborg Kommune har generelt en god dagligvareforsyning. Det er bemærkelsesværdigt, at selv byer på ned til 250 indbyggere (Eskebjerg) har egen dagligvareforsyning. Det vurderes, at de ca. 120.000 årlige overnatninger i Kalundborg Kommune i et vist omfang er med til at holde hånden under de meget lokale dagligvarebutikker. Tilsammen vurderes turisterne i Kalundborg Kommune at bruge ca. 20 mio. kr. pr. år i de fysiske butikker i kommunen.

Befolkningens udviklingen i Kalundborg Kommune viser, at der var ca. 1.400 flere indbyggere i 2008 end i 2014. Ifølge Kalundborg Kommunes befolkningsprognose for 2014-2026 forventes indbyggertallet at falde med yderligere ca. 2.100 personer til omkring 46.300 i 2026. Det svarer til en tilbagegang på ca. 4 % i forhold til 2014. Samtidig forventes der større aldersforskydninger i forhold til den nuværende befolkningssammensætning. Der forventes et fald i antallet af personer under 60 år og en stigning i antallet af personer over 60 år. Set i et lidt længere perspektiv forventes der ca. 4.000 færre personer under 60 år i 2030 i forhold til 2014. Samtidig forventes der i 2030 at være knap 9.000 flere personer over 65 år i Kalundborg kommune i forhold til i dag.

Samlet set vil befolkningstilbagegangen betyde, at forbrugsgrundlaget i de fysiske butikker i 2026 vil være i størrelsesordenen 100 mio. kr. lavere end i dag. Samtidig kan aldersforskydningen betyde, at der vil være et mindre behov for visse udvalgsvarer, da de ældre typisk har foretaget større udvalgsvarerinvesteringer som møbler, køkken og anden boligindretning. På den anden side kan der være et større behov for dagligvarebutikker eller servicefunktioner nær boligområderne.

De seneste opgørelser over befolkningsudviklingen i Kalundborg Kommune viser, at der er sket en opbremsning i befolkningstilbagegangen. Hvis der i stedet for Kalundborg Kommunes befolkningsprognose tages udgangspunkt i, at befolkningsudviklingen er status quo frem mod 2026, vil forbrugsgrundlaget også være tilsvarende som i dag.

DETAILHANDLEN I BYERNE I KALUNDBORG KOMMUNE

Detailhandlen i byerne i Kalundborg Kommune kan opdeles i hovedbyen Kalundborg, de større centerbyer, Høng, Gørlev, Svebølle og Ubby-Jerslev, samt de mindre lokalbyer som Snertinge, Føllenslev, Eskebjerg m.fl.

Afstanden fra Svebølle og Ubby-Jerslev til Kalundborg by er ca. 10 km. Det afspejler sig i detailhandlen i byerne, som stort set kun består af dagligvarebutikker. Afstanden fra Høng og Gørlev til Kalundborg er ca. 20 km, og byerne er lidt større end Svebølle og Ubby-Jerslev. Det kommer bl.a. til udtryk ved, at Høng og Gørlev har både dagligvare- og udvalgsvarerbutikker.

Detailhandlen i Kalundborg Kommune er kendetegnet ved Kalundborg bymidte som det største udbudspunkt. De mindre udvalgsvarerbutikker langs Kordilgade er suppleret med en række store udvalgsvarerbutikker ved Stejlhøj ca. 1 km øst for bymidten. Tilsammen rummer Kalundborg by ca. 60 % af samtlige butikker og ca. 70 % af udvalgsvarerbutikkerne i kommunen.

Kalundborg har ca. 16.300 indbyggere og er hovedcenter for kommunens detailhandel, og det afspejler sig ved, at byen rummer ca. 35 % af indbyggerne og omkring 60 % af samtlige butikker. Udvalgsvarerbutikkerne i Kalundborg står for ca. 85 % af omsætningen i udvalgsvarerhandlen i hele kommunen. Udvalgsvarerbutikkerne omkring Kordilgade er suppleret med butiksområdet ved Stejlhøj, der åbnede i 2008 og i dag rummer bl.a. Punk 1, Jysk, Jem&Fix og T. Hansen. Åbningen af butikkerne ved Stejlhøj vurderes at have givet et løft til attraktiviteten af Kalundborg som handelsby. På den anden side er der sket mange interne flytninger og lukninger i Kalundborg bymidte siden 2008. Det er

sandsynligt, at konkurrencen er blevet skærpet efter åbningen af de store butikker ved Stejlhøj. Samtidig har finanskrisen, internethandlen, lukkeloven og andre rammebetingelser også haft en effekt i Kalundborg. Med etableringen af Stejlhøj har Kalundborg fået ca. 10 nye udvalgswarebutikker med en samlet udvalgswareomsætning på ca. 125 mio. kr. i 2013. Udvalgswarebutikkerne ved Stejlhøj står for ca. 20% af udvalgswareomsætningen i hele Kalundborg Kommune. De store udvalgswarebutikker vurderes at fungere som aflastning og supplement for bymidten mere strøgorienterede butiksudvalg og mindre butiksenheder.

Høng (ca. 4.300 indbyggere) er det næststørste udbudspunkt for både dagligvarer og udvalgsvarer i Kalundborg Kommune og rummer ca. 10 % af befolkningen i Kalundborg Kommune. Høng har ca. 30 butikker med en samlet omsætning på ca. 225 mio. kr. pr. år. Butikkerne i Høng står for ca. 17 % af omsætningen i Kalundborg Kommune selvom byen kun rummer knap 10 % af indbyggerne. Høng har et godt dagligvareudbud med to supermarkeder, to discountbutikker og flere specialbutikker som bager og vinhandler. Høng er den sydligste af centerbyerne i Kalundborg Kommune og har kortere afstand til Slagelse end til Kalundborg. Det er derfor sandsynligt, at en vis del af Høng-borgernes udvalgswareforbrug bliver lagt i butikkerne i Slagelse frem for i Kalundborg.

Gørlev (ca. 2.400 indbyggere) ligger sammen med Høng i den sydlige del af Kalundborg Kommune. Gørlev rummer ca. 15 butikker svarende til ca. 10 % af butikkerne i kommunen. Gørlev har både et supermarked, to discountbutikker og en række udvalgswarebutikker som tøjbutikker, legetøjsbutik, cykelhandler mv. Omsætningen i Gørlevs butikker er i 2013 registreret til ca. 185 mio. kr., hvilket svarer til ca. 10 % af omsætningen i Kalundborg Kommune. Borgerne i Gørlev har ca. 20 km til både Slagelse og Kalundborg.

Svebølle (ca. 2.200 indbyggere) ligger ca. 10 km øst for Kalundborg og er udpeget som en af centerbyerne i Kalundborg Kommune. Svebølle har ca. 5 butikker. Der er stort set ingen udvalgswarehandel i Svebølle. Detailhandlen i Svebølle består af et supermarked, en discountbutik, en bager, en kiosk og en genbrugsbutik. Svebølle rummer ca. 5 % af indbyggerne i Kalundborg Kommune og ca. 5 % af kommunens samlede omsætning. Svebølle fungerer som oplandsby til Kalundborg, men har også kun ca. 10 km til Jyderup, der har flere udvalgswarebutikker.

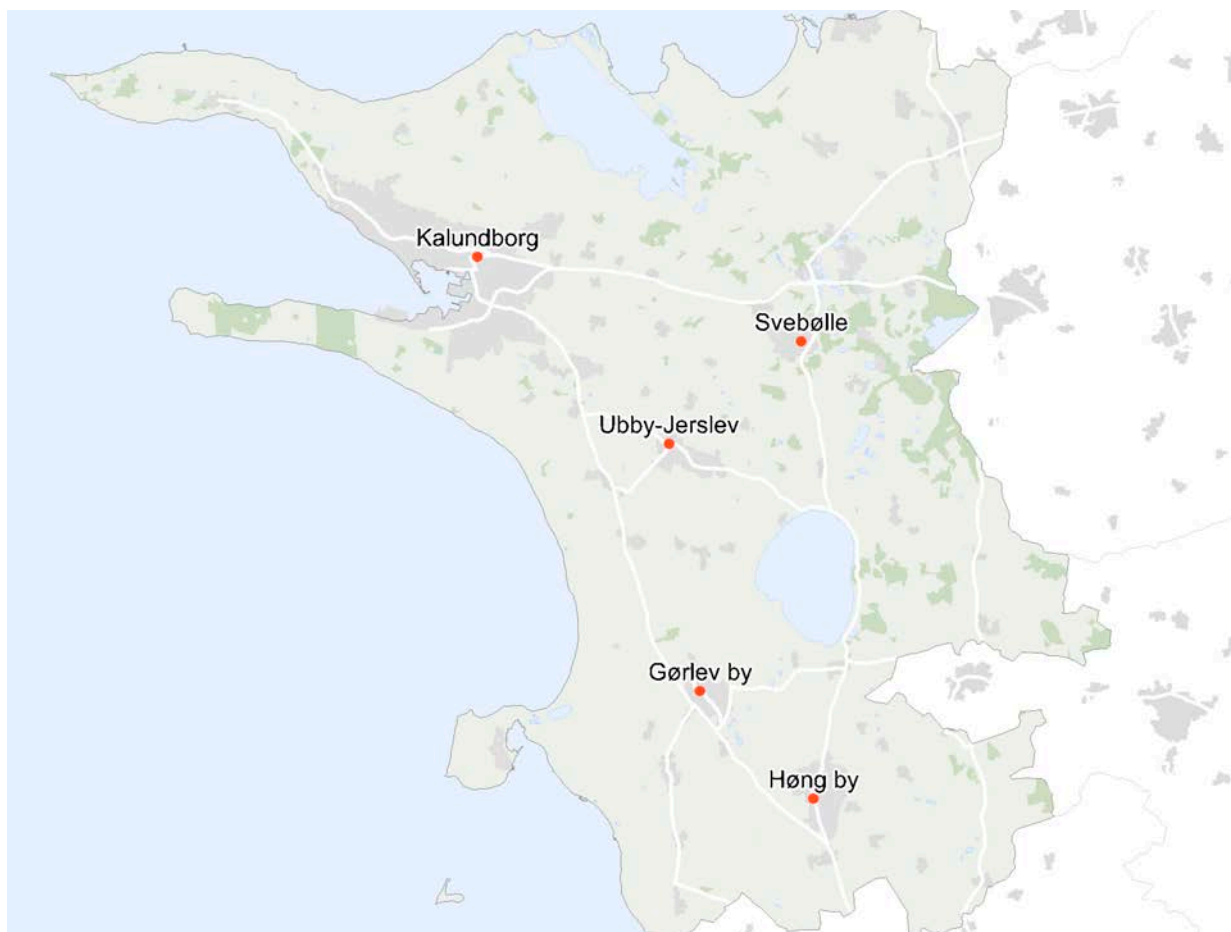
Ubby er vokset sammen med **Jerslev** og byområdet har tilsammen ca. 1.900 indbyggere. Byens detailhandel er koncentreret ved Torvet, hvor der er et supermarked, en discountbutik, en tankstation og flere andre byfunktioner. Fakta åbnede en butik i Ubby-Jerslev i 2010.

I de mindre lokalbyer er der dagligvareforsyning til områdets borgere, mens udvalgswarehandlen i de mindre byer er meget begrænset. Dagligvarehandlen i Snertinge, Føllenslev, Sejro, Kåstrup, Rørby, Ulstrup og Eskebjerg er begrænset til en mindre købmandsbutik. Stort set alle de mindre byer har egen dagligvareforsyning – også i byer helt ned til ca. 250 indbyggere.

AREALBEHOV

Forbrugerne har siden starten på finanskrisen ændret adfærd og er blevet mere tilbageholdende og har øget handlen på internettet. Samtidig oplever Kalundborg Kommune en befolkningstilbagegang, og det afspejler sig i et faldende forbrugspotentiale. I begge scenarier for arealbehovet er der taget udgangspunkt i, at arealintensiteten (årlig omsætning pr. m²) i butikkerne bliver på det nuværende niveau, og at indbyggertallet i Kalundborg Kommune falder med ca. 2.100 personer frem mod 2026.

Udviklingen har betydning for behovet for butiksareal i Kalundborg Kommune de kommende 12 år. Hvis udviklingen frem mod 2026 fortsætter med de nuværende konjunkturer svarer det til, at omsætningen i butikkerne i Kalundborg Kommune kan klares på et areal, der er ca. 13.000 m² mindre end i dag. Hvis konjunkturerne



vender og i 2026 er tilbage på et niveau, der svarer til 2007, er der behov for yderligere ca. 14.000 m² butiksareal. Der er forskel på behovet for dagligvare- og udvalgswarebutikker. Det maksimale arealbehov er fordelt på ca. 4.000 m² til dagligvarebutikker og ca. 10.000 m² til udvalgswarebutikker.

Der er således et betydeligt spillerum for udviklingen i arealbehovet de kommende 12 år afhængigt af udviklingen i rammebetingelserne.

Udover udviklingen i arealbehovet vil strukturudviklingen i detailhandlen skabe behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor butikker i nogle områder lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder, eller at butikkerne flyttes for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Udover det beregnede behov, vil der derfor også være behov for nyt butiksareal og omdannelse af eksisterende lokaler som følge af et behov for fornyelse af udbuddet af butikslokaler.

ANBEFALINGER TIL UDVIKLING AF DETAILHANDLEN

Detailhandlen i Kalundborg Kommune er udfordret af, at en stor del af borgernes forbrug bliver lagt i butikker uden for kommunegrænsen. Hovedudfordringen i udviklingen af detailhandelen er derfor dels at fastholde de handlende, og dels at tiltrække endnu flere kunder til butikkerne i kommunen. Her er det centralt, at der over en bred front arbejdes med, at hhv. dem der bor i kommunen, at dem der arbejder i kommunens byer, og at turisterne, der besøger kommunen i langt højere grad også handler i kommunen. At dette kan lykkes kræver både en aktiv fysisk planlægning, samarbejde med detailhandlens parter og planlægning ud fra kundens behov og ønsker. Det leder frem til følgende anbefalinger.

Anbefalinger til Kalundborg Kommune

Øg tilgængeligheden til butiksmiljøet

I de mindre centerbyer anbefales det at etablere og udvikle parkeringen meget centralt i byen og med korte afstande til bymiljøet. I Kalundborg anbefales det

især at styrke forbindelserne fra de centrale parkeringspladser til Kordilgade. For at øge turisternes forbrug kan der etableres attraktive, synlige og direkte forbindelser fra havneområdet gennem Højbyen og til Kordilgade. Skiltning, fortælling af byens historie og andre visuelle trædesten kan øge den oplevede tilgængelighed mellem havneområdet og butiksområdet.

Koncentrer detailhandlen centralt i byen

Samling af bylivsfunktionerne centralt i byen giver visuel og fysisk sammenhæng til glæde for kunderne og butikkerne. Butikker og andre funktioner i periferien af byen kan kontaktes og evt. tilbydes en bedre placering centralt i bymidten. Ved at placere indgange nær hinanden giver butikker og andre funktioner synergi til hinanden i form af et bedre fodgængerflow.

Rollefordeling mellem Stejlhøj og Kalundborg bymidte

Det anbefales at sikre en klar rollefordeling mellem Stejlhøj og bymidten. Ved Stejlhøj kan der eksempelvis være butikker med særligt pladskrævende varegrupper, der ikke umiddelbart kan indpasses i bymidten. Alle andre butikker og funktioner kan søges indpasset i bymidten. Det anbefales også at undgå at placere en ny dagligvarebutik ved Stejlhøj, da den vil være i direkte konkurrence med bymidtens dagligvarebutikker. Skiltning, fælles markedsføring, samarbejde og fælles åbningstider er dele, der kan øge synergien mellem bymidten og Stejlhøj. Samtidig er det vigtigt at sikre en klar rollefordeling, så områderne ikke udvikler sig til direkte konkurrenter.

Udvikling af boliger i bymidten

Boliger i bymidten er med til at understøtte efterspørgslen i butikkerne. Det anbefales at afdække, hvilken (udækket) efterspørgsel der er på boliger i bymidten. Simple investeringsbudgetter kan vise, hvilke boliger der kan udvikles på markedsvilkår og af hvilke aktører.

Udvikling af publikumsfunktioner

For at tiltrække Kalundborg-borgerne og de, der arbejder i Kalundborg, til butikkerne bør der være et varieret udbud af publikumsfunktioner. Der kan f.eks. arbejdes med at skabe koncentrerede cafémiljøer, legepladser i byen eller andet. Det anbefales at undersøge mulighederne for at etablere offentlige publikumsfunktioner som kulturhus, turistinformation, bibliotek, sundhedscenter mv. centralt i Kalundborg. I de mindre centerbyer anbefales det også at undersøge mulighederne for at etablere mindre publikumsfunktioner i enten offentligt eller privat regi. Det kan være biograf, hotel, spisested mv.

Undersøg mulighederne for store butiksenheder i bymidterne

Store butikker skaber et stort kundeflow. Kæderne kræver forholdsvis store butikslokaler, gode adgangsforhold for bilister og gode parkeringsområder. Det bør undersøges, hvilke muligheder der er for at indpasse evt. nye store butikker i særligt Kalundborg bymidte. Undersøgelsen kan ske i samarbejde med handelstandsforeningerne.

Planlæg for aktive bymidter

I Høng, Gørlev, Svebølle og Ubby-Jerslev anbefales det at arbejde aktivt med at skabe liv på centrale steder i byen. Byens ankomstpladser bør have flere formål og kan eksempelvis udvides med legeplads, boldbaner, petanque-baner, opholdsarealer med bænke mv. I Kalundborg kan der også arbejdes med at skabe en mere aktiv bymidte. Eksempelvis har Solskinspladsen en unik herlighedsværdi, der kan bringes i spil ved at udvikle gode opholdsrum for børn, unge og ældre. Planlægning af en aktiv bymidte kan ske i samarbejde med handelstandsforeningen.

Attraktive byrum

Nogle af de fysiske tiltag, der kan arbejdes med er etablering og opgradering af byrum, at naturen indarbejdes i områderne mellem havnen og bymidten og at der arbejdes med at gøre facaderne indbydende og interessante mv.

Led turisterne fra havnen til bymidten

Turisterne bidrager både med omsætning og byliv i Kalundborg. Bortset fra de mindre lokale dagligvarebutikker nær sommerhusområderne, vurderes turismens betydning for de øvrige byer at være begrænset. Det anbefales især, at turisterne ledes bedre fra havnen og op til bymidten. Nogle af de fysiske tiltag, der kan arbejdes med, er etablering og opgradering af byrum, at naturen indarbejdes i områderne mellem havnen og bymidten. Der kan også arbejdes med at gøre facaderne mere indbydende og interessante.

Anbefalinger til handelstandsforeningerne

Samarbejde med de butiksdrevende

Det anbefales at indgå i en konstruktiv dialog om detailhandlens behov og potentialer. Det kan eksempelvis være afholdelse af lokale madmarkeder eller andre events, markedsføring af byernes potentialer i forhold til nye tilflyttere eller alternative anvendelser af de tomme butikslokaler.

Styrk serviceniveauet

Serviceniveauet bliver et endnu vigtigere konkurrenceparameter, hvis de fysiske butikker skal konkurrere med den stigende internethandel og de andre stærke handelsbyer. Undersøgelser viser, at forbrugerne er villige til at køre langt efter de bedste butikker med det højeste serviceniveau. Uddannelse af butiksdrevende, attraktiv indretning af lokalerne og fokus på sanseoplevelserne er nogle af tiltag, som handelstandsforeningerne kan bidrage med.

Fælles åbningstider

Handelstandsforeningerne kan sørge for at sikre ens åbningstider i alle butikkerne. På den måde ved kunderne, hvornår hele bymidten har åben. Det er vigtigt at have åbent når kunderne har fri. Det kan overvejes, om åbningstiderne kan udvides i tidsrum, hvor kunderne har fri.

Fasthold og styrk det gode dagligvareudbud i alle byerne

For at de lokale købmænd kan overleve, er der behov for lokal opbakning. Der er særligt behov for at støtte op om de store dagligvarebutikker, der har en stor betydning for de øvrige butikker.

Få flere butikker med en høj attraktion

Det anbefales både at øge attraktiviteten af de eksisterende butikker og at tiltrække nye og attraktive butikker. Det anbefales at gå i dialog med en række af de kædebutikker, der mangler i Kalundborg i dag. De eksisterende butikker kan også højne deres egen kvalitet. Simple tiltag som krukker, rene facader, indbydende udearealer, et højt serviceniveau mv. er med til at skabe attraktive butikker uden de store omkostninger til fysisk omdannelse.

Samarbejde med tursimeforeninger, krydstogtselskaber mv.

Handelstandsforeningerne kan samarbejde med turistforeningerne og krydstogtselskaberne om særlige events, rabatter, bykort eller andet der skaber synergi mellem turismen og handelslivet. Nogle af de mere organisatoriske tiltag er at udvikle fortællingen om Kalundborg. Det kan være ved historiske skilte, at bruge belysningen aktivt eller at øge samarbejdet mellem krydstogtrederierne og bymidten.



RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD

De regionale udviklingstendenser påvirker detailhandlen i Kalundborg Kommune. Den regionale konkurrence, de senere års faldende forbrug og den stigende e-handel har betydning for udviklingen i de fysiske butikker.

Siden 2007 er detailomsætningen i faste priser faldet med ca. 10 %. Samtidig er strukturudviklingen fortsat mod færre men større butikker. Internethandlen er stigende og vurderes at udgøre ca. 10% af den samlede omsætning i detailhandlen i 2013. Samlet set har det på nationalt plan betydet, at mange butikker er lukket siden 2007, og at udvalgswarehandlen fortsat går mod mere handel i de store handelscentre og internettet.

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 internettet, og dagligvarer er den mindst konjunkturfølsomme varegruppe.

Overordnet set er omsætningen i detailhandlen tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005. Krisen har gjort forbrugerne mere prisbevidste. Det kommer særligt til udtryk ved, at især discountbutikkerne oplever markant fremgang. Forbrugerne er også blevet mere kvalitetsbevidste. Handlen med økologiske varer satte i 2013 omsætningsrekord for 6. år i træk. Et andet eksempel på de ændrede indkøbsvaner er, at de fleste indkøb kan klares i butikcentre, som har en høj andel af udvalgsvarer som tøj, elektronik, bøger, men der er også flere eksempler på, at dagligvarebutikker i storcentrene ikke klarer sig så godt som dagligvarebutikker nær forbrugernes bopæl.

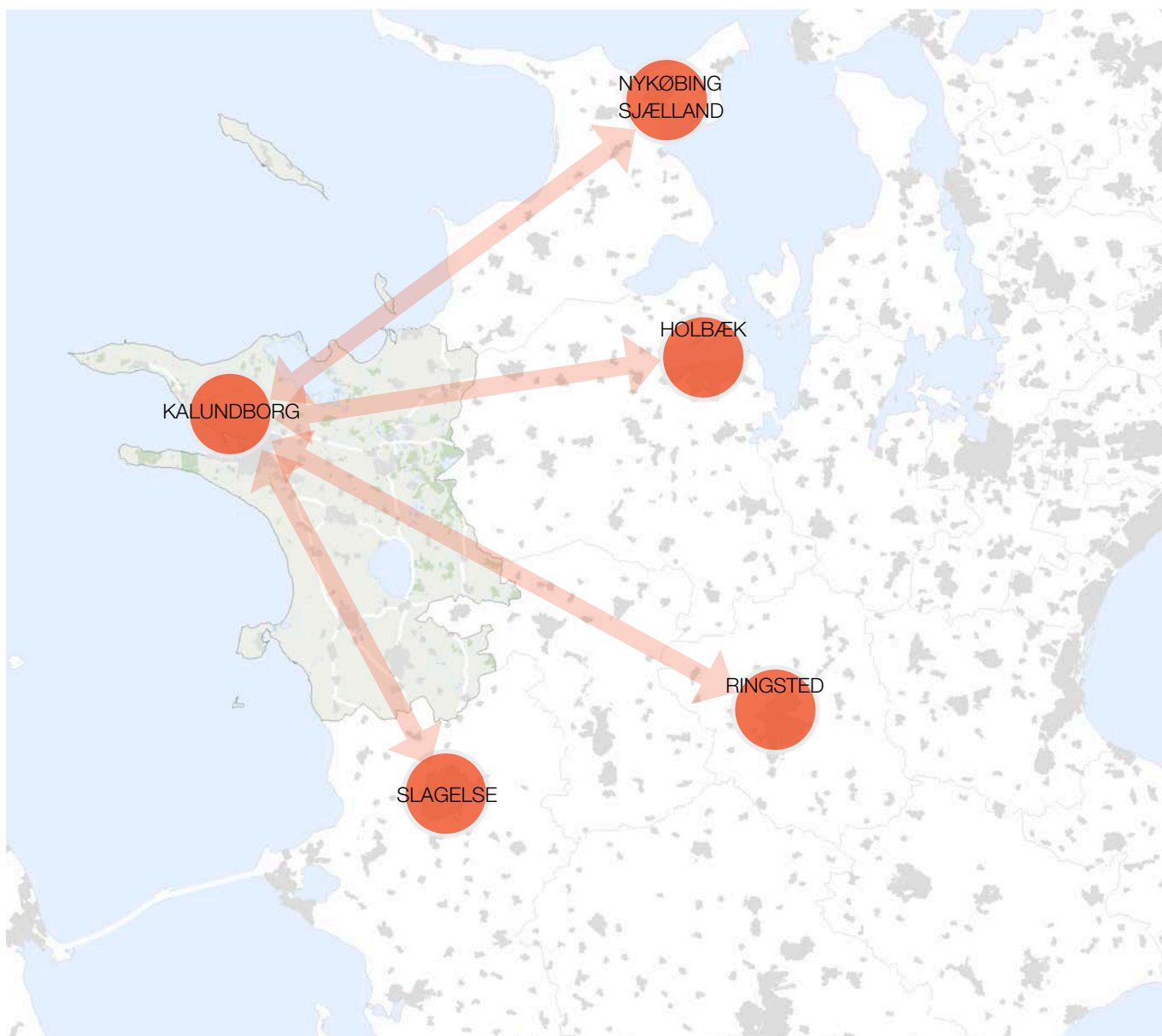
FINANSKRISEN HAR BETYDET LAVERE PRIVATFORBRUG

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende, som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgswarehandlen, men også dagligvarehandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat, at have stor betydning for udviklingen i forbruget. Tilbagegangen fra 2007-2013 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen er faldet med ca. 25-30 %. Inden for øvrige udvalgsvarer er omsætningen faldet med ca. 10-15 %, mens dagligvareomsætningen er faldet med ca. 5-10 %. Til trods for, at omsætningen i udvalgswarehandlen i det kommende år ikke forventes at stige, må det forventes, at der fortsat vil ske vækst i privatforbruget i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2010.

INTERNETHANDLEN VINDER FREM

De seneste 5 år har vist en tendens til en omsætningsstigning i internethandlen på ca. 15 % om året. I 2013 handlede mere end 70 % af danskerne på internettet. Ud af alle de, som har e-handlet, har ca. 40 % handlet i udenlandske internetbutikker. Det betyder, at Danmark ikke blot er et af de mest e-handlende lande i EU men også, at Danmark indtager en europæisk topplacering, når det kommer til e-grænsehandel. Udviklingen i internethandlen har skærpet konkurrencen i detailhandlen. Hvor internetbutikkerne 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 internetbutikker. Internationale tendenser peger mod, at mobilhandlen vil blive udbredt de kommende år og spås som det næste skridt i udviklingen af e-handel.

Nye tendenser i detailhandlen peger på en større integration af de to koncepter; fysiske butikker og internetbutikker. Flere kæder arbejder på at udvikle koncepter



/Regionale forhold i Nordvestsjælland

med showrooms med et højt serviceniveau, hvor den fysiske vare kan ses, prøves og opleves. Når varen er købt, bliver den leveret til forbrugerens adresse. Kombinationen af den fysiske oplevelse med den lavere pris grundet reducerede omkostninger til f.eks. indkøb, lager mv., kan vise sig, at have stor betydning for den fremtidige udvikling i detailhandlen.

LUKKELOVENS BETYDNING FOR DETAILHANDLEN

Pr. 1.10.2011 blev lukkeloven delvist afskaffet. Alle butikker må nu holde åbent 24 timer i døgnet, alle dage om året - bortset fra nogle enkelte helligdage. Dagligvarebutikker med en årlig omsætning på mindre end 32,2 mio. kr. samt bagere, byggemarkeder mv. må holde åbent alle årets dage. Liberaliseringen af lukkeloven betyder, at især kapitalstærke kæder har udvidet åbningstiderne – både i hverdagene og i weekenderne. Et eksempel er Bilka, der i dag holder åbent fra 8-22 alle ugens dage. Samtidig betyder det, at de mindre og selvstændige butikker er blevet yderligere udfordret, fordi de har begrænsede muligheder for at udvide åbningstiderne. Liberalisering af lukkeloven har haft konsekvenser for især mindre og selvstændige dagligvarebutikker – typisk mindre købmænd og discountbutikker – der tidligere var begunstiget af, at kunne holde søndagsåbent. På samme måde er det sandsynligt, at udvalgsvarerhandlen i højere grad

flyttes til de store varehuse. Samlet set forventes det, at de stærke kædebutikker med søndagsåbent vinder markedsandele.

ANDRE RAMMEBETINGELSER OG UDVIKLINGSTENDENSER

Butikscentrene vinder også markedsandele. Det vurderes, at især butikscentrene, der med fælles åbningstider og mange stærke kapitalkæder har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven. I 2013 stod butikscentrene for ca. 25 % af omsætningen i dansk detailhandel. Hvis den andel øges de kommende år vil det betyde, at bymidterne vil blive yderligere udfordret af butikscentrene.

BEFOLKNINGSUDVIKLING

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. På landsplan forventes befolkningen, at stige med ca. 10 % frem mod 2050. I Kalundborg Kommune har der været et fald i indbyggertallet på 3 % svarende til ca. 1.450 personer i perioden 2008 til 2013. Befolkningsfremskrivninger viser, at tendensen til et fald i indbyggertallet vil fortsætte frem til 2026. I 2026 vil der være ca. 2.100 færre indbyggere end i 2014, hvilket vil medføre et forbrugsfald i størrelsesordenen 100 mio. kr. om året. En stor del af forbrugsfaldet forventes at ramme butikkerne i Kalundborg Kommune. De seneste opgørelser over den faktiske befolkningsudvikling peger på, at tendensen med et faldende indbyggertal ikke er så kraftig som forventet. Med en positiv udvikling kan det være muligt at bremse fraflytningen og muligvis fastholde det nuværende antal indbyggere i Kalundborg Kommune.

PENDLING

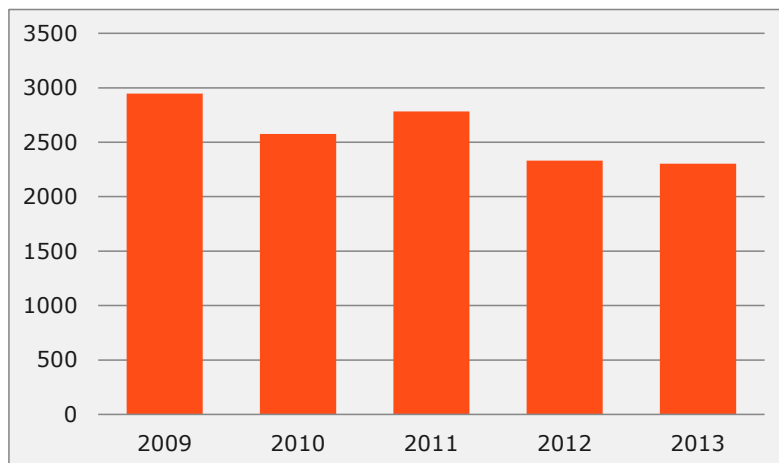
Kalundborg Kommune er en udpendlingskommune og er karakteriseret af en nettoudpendling på ca. 2.300 beskæftigede personer i 2013. Nettoudpendlingen er skabt af en indpendling på ca. 5.100 personer og en udpendling på ca. 7.400. Over en 5-årig periode er der sket et fald i nettoudpendlingen på 22 %. Faldet er primært forårsaget af et fald i udpendlingen.

REGIONALE FORHOLD OMKRING KALUNDBORG KOMMUNE

Vestsjælland er karakteriseret ved en håndfuld mellemstore byer med en stærk detailhandel. Slagelse, Ringsted og Holbæk er forskellige som konkurrenter til Kalundborg. Holbæk har en charmerende bymidte suppleret af et Megacentret. Ringsted er Danmarks eneste Outletby, der er blevet en væsentlig attraktion med 1,4 mio. besøgende i 2013, mens Slagelse bl.a. har Vestsjællandscentret og Bilka.

Ringsted indtager en særlig position som handelsattraktion, som må antages at trække besøgende bredt fra hele Kalundborg Kommune. Derudover vil Slagelse, Ringsted og Holbæk sandsynligvis trække flest kunder fra de dele af Kalundborg Kommune, der ligger tættest på konkurrerende byer

Den stærke konkurrence fra de tre byer kan aflæses i butiksanalysen. Ca. 60 % af omsætningen i Kalundborgs butikker er baseret på dagligvarehandel, og kun 40 % fra udvalgsvarer. I de fleste byer er fordelingen ca. 50/50. Kalundborg er således i højere grad end gennemsnittet en "dagligvarekommune" end handelscenter for et større opland. Dagligvarer købes oftest tæt på bopælen, og udvalgsvarerhandlen er de seneste år i høj grad rykket mod de store handelsbyer, indkøbscentre og internethandlen.



/Nettoudpendling fra Kalundborg Kommune perioden 2009-2013.

Kilde: Danmarks Statistik

Byernes detailhandel er i høj grad påvirket af udviklingen andre steder i det regionale opland. Slagelse og Holbæk er de nærmest beliggende større handelsbyer. I Slagelse sker der en vis byudvikling med campusområdet og sygehusområderne, og detailhandlen har gode forudsætninger. I Holbæk har der længe været tale om et nyt butikscenter i den centrale del af byen. Fra Vestsjælland er der langt til de meget store butiksudbud som i eksempelvis København og Odense.

TURISME

I Kalundborg Kommune var der i 2013 ca. 120.000 overnatninger i hoteller, feriecentre, campingpladser, vandrerhjem og lystbådehavne. Som for mange andre kommuner svinger antallet af overnatninger betydeligt fra år til år. I 2010 var der i Kalundborg Kommune ca. 135.000 overnatninger af de nævnte typer.

Udviklingen i antal turister vil påvirke detailhandlen. VisitDenmarks analyse af 'Turismens økonomiske betydning i Danmark 2011', viser et gennemsnitligt døgnforbrug til detailhandel på landsplan på ca. 100 kr. for danske turister og ca. 175 kr. for udenlandske turister.

I 2013 havde de registrerede turister et samlet forbrug i detailhandlen på i størrelsesordenen 20 mio. kr. Set i sammenhæng med den samlede omsætning i butikkerne i Kalundborg Kommune på ca. 1,75 mia. kr. udgør turisternes andel en forsvindende lille del. Turismen har således ikke nævneværdig betydning for detailhandlen i kommunen som helhed, men den kan have lokal betydning, hvor turisterne er koncentreret.



BUTIKSANALYSE

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, hvordan dækningen med butikstyper er i byerne, hvor meget areal butikkerne har, og hvor stærkt handelslivet står i byerne.

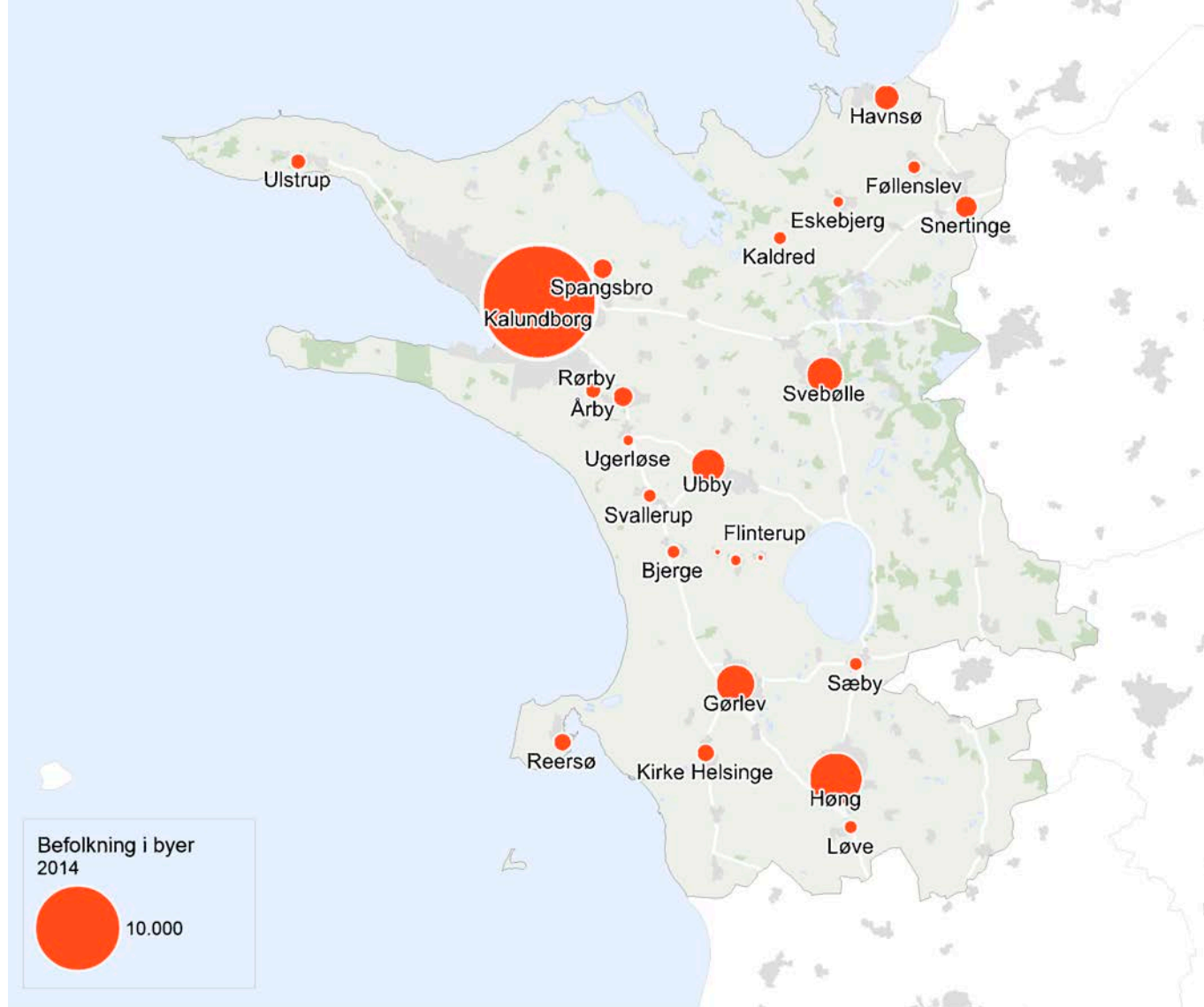
KORTLÆGNING AF BUTIKKER OG METODE

Udgangspunktet for detailhandelsanalysen er en kortlægning af alle butikker i Kalundborg Kommune. Butikkerne er kortlagt med afsæt i butikslisten fra 2008, som er opdateret til 2014 og kvalitetssikret ved Kalundborg Kommune samt via besigtigelse, internetopslag, opslag på OIS mv.

Analysen fra 2008 og 2014 kan sammenlignes på parametre som antal butikker, butiksarealet mv. De to analyser kan ikke umiddelbart sammenlignes på omsætning, forbrug mv. Grunden er, at analysen fra 2008 tager udgangspunkt i statistiske data fra 2005, som ikke indeholder punktafgifter, ikke adskiller detail- og engroshandel i blandede butikker mv. Analysen fra 2014 tager udgangspunkt i en fysisk besigtigelse, interview med de butiksdrivende og den faktiske omsætning i butikkerne inkl. moms, punktafgifter mv. Analysen fra 2008 beskriver bl.a. at omsætningstallene umiddelbart er højere end beskrevet, og at dækningsgraderne tilsvarende burde være højere end beskrevet i analysen. Hvis de to analyser sammenlignes direkte fremgår det, at omsætningen i Kalundborg Kommune er steget med ca. 500 mio. kr. i perioden 2005-2013 svarende til en stigning på 40 % i perioden. Til sammenligning er detailhandlen på landsplan tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005. Samtidig fremgår det af rapporten fra 2008, at ca. 50 % af det samlede forbrug i Kalundborg Kommune blev lagt i butikker uden for kommunegrænsen.

DETAILHANDLEN I KALUNDBORG KOMMUNE

Detailhandlen i Kalundborg Kommune er kendetegnet ved en forholdsvis koncentreret struktur, hvor butikkerne hovedsageligt er placeret i Kalundborg.



/Bystørrelser baseret på indbyggertal. Kilde: Danmarks Statistik

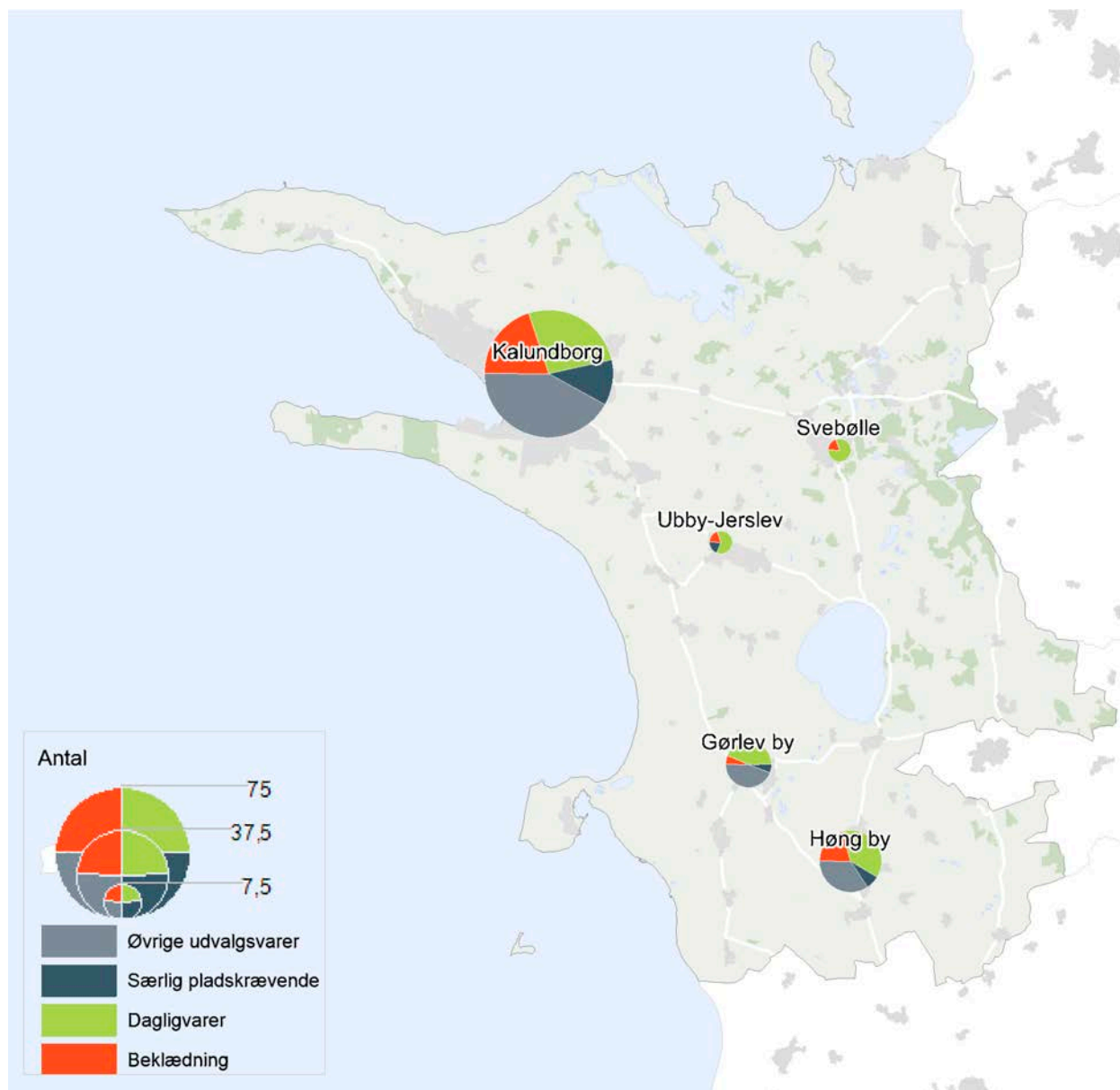
Der er i alt ca. 175 butikker i kommunen fordelt på ca. 35 % dagligvarebutikker, ca. 20 % beklædningsbutikker, ca. 35 % øvrige udvalgswarebutikker og 10 % butikker, der forhandler særligt plads krævende varer. Fordelingen svarer til andre tilsvarende kommuner. Siden 2008 andelen af dagligvare- og udvalgswarebutikker rykket sig mod en lidt større andel af dagligvarer. Andelen af dagligvarebutikker er således ca. 6 %-point højere og andelen af udvalgswarebutikker ca. 6 %-point lavere end i 2008.

Kalundborg, Høng og Gørlev er de tre byområder med den største koncentration af butikker. Byområderne rummer tilsammen ca. 150 butikker svarende til ca. 90 % af alle butikker i kommunen.

Kalundborg som hovedcenter

Detailhandlen i Kalundborg Kommune er koncentreret i Kalundborg by. Bymidten og Stejlhøjcentret udgør midtpunktet for detailhandlen i kraft af byens samlede størrelse og Kalundborgs tradition som købstad og overordnet handelsby. Bortset fra Høng, der rummer ca. 15 udvalgswarebutikker, og Gørlev, der rummer ca. 10 udvalgswarebutikker, er detailhandlen i de øvrige byer primært koncentreret om dagligvarehandlen og forsyner et mere lokalt opland.

Perioden 2007-2014 har været kendetegnet ved en større omstrukturering af butiksudbuddet i Kalundborg Kommune. Der er sket mange flytninger og lukninger, og der er etableret store butikker ved Stejlhøj, ligesom der er kommet et åbent center – Nytorv – som del af bymidten i Kalundborg.



/Antal butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2013.

Byerne i analysen omfatter:

REGIONALT CENTER

Kalundborg

CENTERBYER

Høng, Gørlev, Svebølle og Ubby-Jerslev

MINDRE LOKALBYER OG LANDSBYER

Snertinge, Eskebjerg, Havnsø, Sejerby, Ulstrup, Kåstrup.

Således var ca. 70 af butikkerne fra 2007 lukket eller flyttet, heraf langt størstedelen i Kalundborg bymidte. På den anden side er der registreret ca. 35 nye butikker, også hovedsageligt i Kalundborg bymidte (inkl. Nytorv), men også på Stejlhøj og på Centervej i Høng.

Detailhandlen i **bymidten** er koncentreret i gaderne Kordilgade, Sct. Jørgensbjerg, Skibbrogade, Elmegade, Bredgade samt i det åbne butikscenter på Nytorv. Kalundborg bymidte har ca. 90 butikker.

Kordilgade er den gennemgående gågade og byens centrale handelsgade med den største koncentration af butikker. Her ligger 45 butikker med et bredt udvalg inden for alle hovedbrancher. Kernestykket af Kordilgade er ca. 450 meter lang fra Møllestræde i vest til Nygade i øst. I østenden mod Nygade er bybilledet kendetegnet ved tomme butikker og et generelt fald i butikkernes attraktivitet. Herefter følger et kortere forløb, som ikke er gågade, og hvor butikstætheden er lavere. Af de 45 butikker i hele Kordilgade er ca. 20 med i et kædesamarbejde svarende til ca. 40 % af butikkerne. Der er en tydelig sammenhæng mellem den svage del af Kordilgade mod øst og fodgængertrafikken ind i gaden fra



/ Handelsgader og parkeringsområder.

parkeringspladserne. Den svage del starter ved den østligste fodgængerforbindelse. Herfra går fodgængerstrømmene mod vest ind mod den centrale del af Kordilgade, mens fodgængerne, der vælger at gå mod øst er begrænset.

Kordilgade omkranses af forlængelsen Lindegade (1 butik) i vest, som leder ned mod Torvet, samt sidegaderne Skibbrogade (5 butikker) og Vænget (ingen butikker) mod syd. Af disse seks butikker er kun én med i et kædesamarbejde. Omtrent midt på Kordilgade ligger Solkinspladsen med en stejlt stigende, begrønnet trappe op til Møllebakken. Kordilgade har en stor herlighedsværdi på dette sted.

Mod syd er Kordilgade forbundet med slipper til Bredgade, hvor der er et større antal parkeringspladser spredt ud over et længere bånd. Det store samlede parkeringsområde ved hovedindfaldsvejen til bymidten giver en god ankomststruktur til bymidten. I forbindelse med centret på Nytorv findes ca. 220 gratis parkeringspladser. I vestenden af bymidten – på Torvet – er der ligeledes parkeringspladser. Samlet set virker parkeringsbetjeningen af bymidten god.

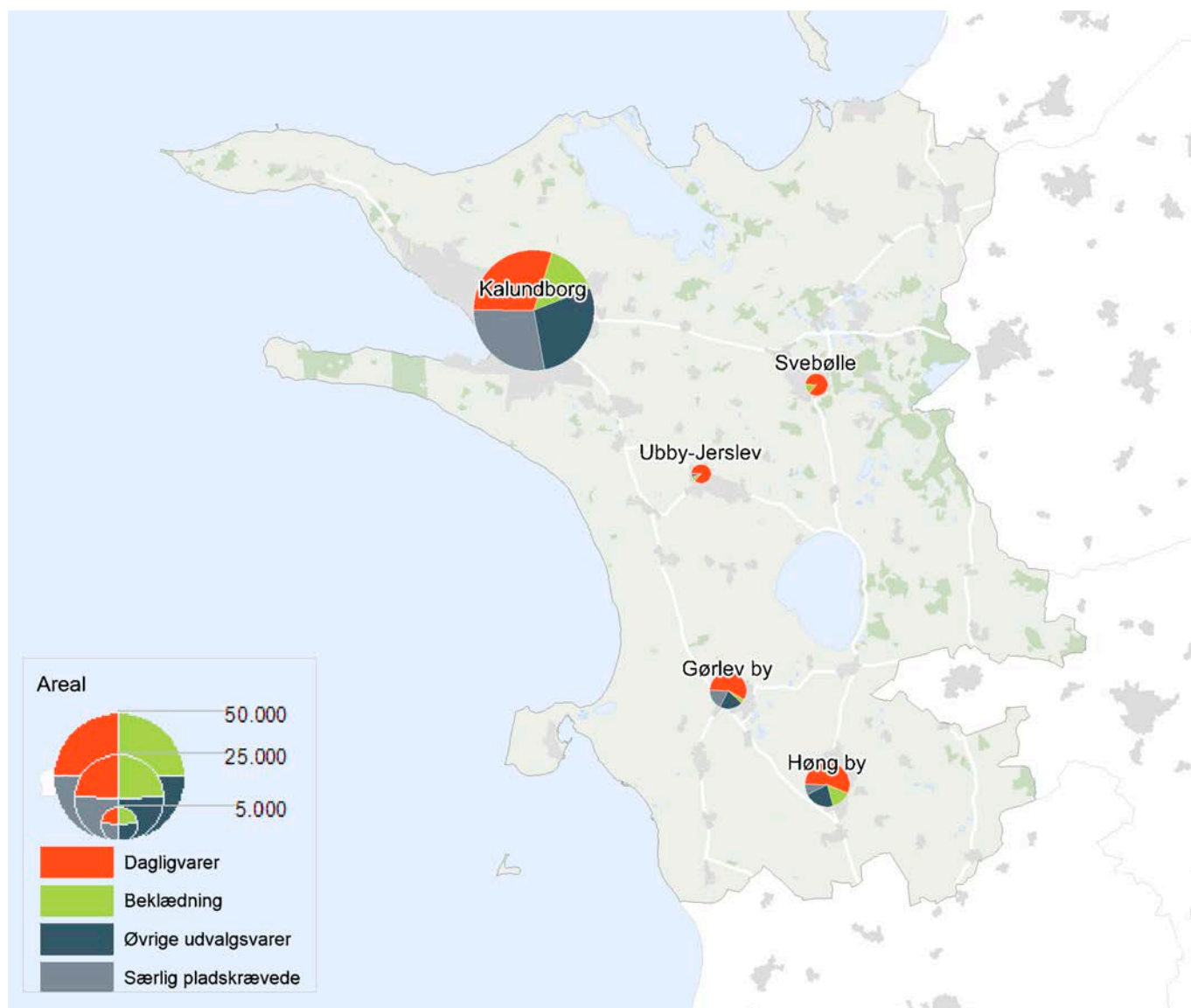
Bredgade udgør en ankomstakse, hvorfra der i nord er adgang via slipperne til Kordilgade, i syd til en række ankerpunkter som Føtex, butikscentret Nytorv og butikkerne langs Elmegade.

Det åbne butikscenter, Nytorv, rummer ca. 7 butikker. Centret er fuldt udlejet på nær en enkelt butik (tidligere Bianco Sko). Ud over Kordilgade og sidegaderne er Nytorv bymidtens væsentligste butikskoncentration. På grund af den gode parkeringsbetjening og kombinationen af både dagligvare- og udvalgswarebutikker er Nytorv en konkurrent til bymidten, samtidig med at de to områder også supplerer hinanden. 85 % af butikkerne på Nytorv er med i et kædesamarbejde.

Umiddelbart øst for Nytorv ligger Elmegade med knap 10 butikker (dagligvarevarer og udvalgsvarer). Ca. 2 km øst for bymidten ligger Stejlhøj, som rummer ca. 10 butikker. Området er udvidet siden år 2008 og rummer i dag primært større udvalgswarebutikker som Jem&Fix, Punkt1, Jysk mv. Stejlhøj fungerer p.t. ikke som konkurrent til bymidten, da udbuddet i højere grad er større udvalgsvarer end dagligvarer og mindre butikker. Stejlhøj er i sin nuværende form et supplement, der styrker Kalundborgs samlede attraktivitet som handelsby.

Ved besigtigelse i maj 2014 er der konstateret 17 tomme butikker i Kalundborg bymidte. Halvdelen er beliggende i Kordilgade, og stort set alle i østenden af gaden. Det underbygger indtrykket af en svag gågadeende med lavere attraktivitet. Kalundborg bymidte har en god bredde i dagligvareudbuddet, der strækker sig fra varehusene Føtex og Kvickly over en række discountbutikker til specialbutikker som ostehandler, slagter og vinforretning. Inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer har Kalundborg bymidte en del af de kendte kædekoncepter som H&M, Vero Moda, Tøjeksperten, Sportmaster, Expert, Fri Bike Shop og specialbutikker som optikere, smykkehandler, guldsmed mv. De store og kendte kædebutikker ligger primært i vestenden af Kordilgade og på Nytorv.

ANTAL BUTIKKER 2014						
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE	I ALT	ANDEL I %
KALUNDBORG	28	21	44	12	105	61 %
HØNG	11	6	10	2	29	17 %
GØRLEV	7	1	7	1	16	9 %
SVEBØLLE	4	1	0	0	5	3 %
SNERTINGE	2	1	1	0	4	2 %
UBBY-JERSLEV	2	1	0	1	4	2 %
ØVRIGE	8	0	1	0	9	5 %
I ALT	62	31	63	16	172	100 %



/Areal af butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2013.

Høng

Høng er med ca. 4.300 indbyggere den næststørste by i Kalundborg Kommune. Byen ligger ca. 15 km nord for Slagelse og ca. 25 km syd for Kalundborg. Dermed er Slagelse den nærmeste større handelsby for borgerne i Høng. Høng har ca. 30 butikker, hvoraf ca. halvdelen ligger i Høng Centret på Centervej. Den anden halvdel af butikkerne ligger på Hovedgaden. Derudover er der en møbelbutik og et havecenter ved Charlottevej i den sydlige del af Høng.

Høng Centret har en række kendte kædebutikker som Sportmaster, Tøjeksperten, Kop & Kande, Matas mv. samt dagligvarebutikkerne Super Brugsen, Aldi og Netto. Ud af centrets 15 butikker er 12 med i et kædesamarbejde. Hovedgaden rummer knap 15 butikker med Euro Spar som den største butik. Butikkerne på hovedgaden er en blanding af mindre specialbutikker og udvalgswarebutikker, herunder en bager, to tøjbutikker, en urmager, en legetøjsbutik mv. Kun fem af Hovedgadens 12 butikker er med i et kædesamarbejde.

Der er ca. 700 meter fra Høng Centret til den nærmest beliggende butik på Hovedgaden. Afstanden betyder, Høng Centret og Hovedgaden fungerer som to adskilte udbudspunkter. Den sparsomme skiltning mellem de to områder betyder eksempelvis, at kunderne kan være i bymidten uden at blive opmærksom på, at Høng har et butikscenter.

Gørlev

Gørlev er kommunens tredjestørste by med ca. 2.400 indbyggere. Byen ligger ca. 20 km fra både Slagelse og Kalundborg. Gørlev har ca. 15 butikker. Siden 2008 er der lukket tre butikker, mens der er kommet tre nye til. Ca. 5 butikker ligger på Kirkevangen, som er den sydvestlige indfaldsvej til byen. På hjørnet af Gørlev Landevej ligger Fakta på den ene side, og på den anden side ligger Lysmesteren og Punkt1 i et nyt og flot byggeri. Området giver en fysisk tydelig ankomst til Gørlevs bymidte, og kvaliteten af byggeriet antyder et højt niveau. De øvrige butikker i Gørlev er koncentreret centralt ved Algade.

I vestenden af Algade, ved Ullekær, ligger en velfungerende ankomstzone med parkeringspladser, et pænt og gratis offentligt toilet og skiltning til Super Brugsen, Rema 1000, bank og bibliotek. Der er også slagter og apotek. På den anden side af gaden ligger en benzinstation. Koncentrationen af butikker og andre funktioner bidrager til at styrke et handelsområde. I alt ligger der knap 10 butikker i vestenden af Algade. I den østlige del af Algade ligger yderligere to butikker samt Netto. Endelig ligger der en trælasthandel på Østerled, 350 meter øst for Algade. Af Gørlevs i alt 16 butikker (inkl. trælasthandlen) er 11 medlemmer af et kædesamarbejde. Butikskoncentrationen og den høje andel af kædebutikker vidner om forholdsvist stærkt handelsliv til trods for, at byen kun har ca. 2.400 indbyggere. Gørlev er begunstiget af afstandenene til Kalundborg og Slagelse. Turismen har også en positiv betydning for Gørlev. I oplandet til Gørlev er der knap 3.000 sommerhuse. Det vurderes, at særligt dagligvarehandlen er positivt påvirket af de mange turister.

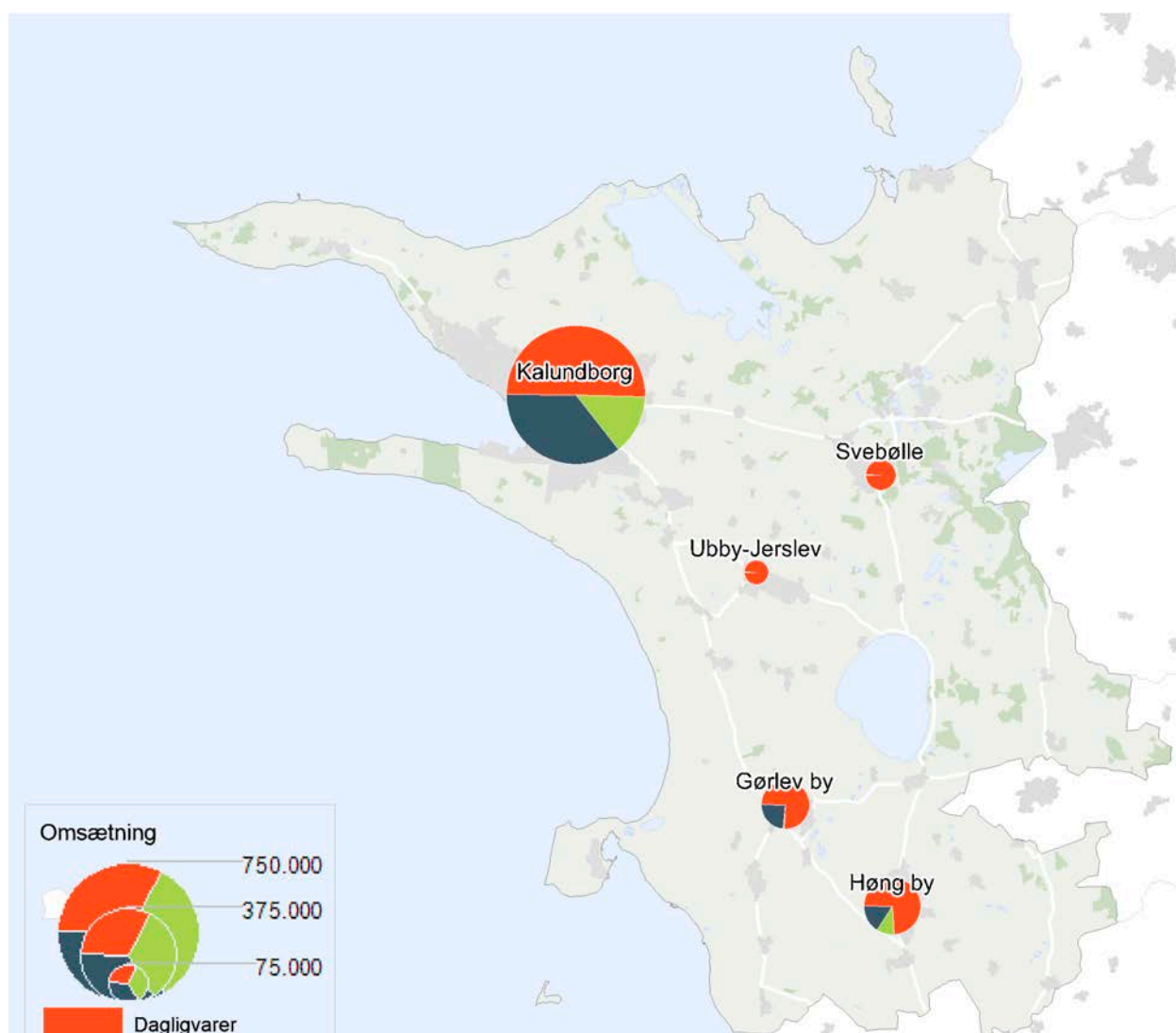
Svebølle

Svebølle er Kalundborgs fjerdestørste by med ca. 2.200 indbyggere. Byen ligger ca. 10 kilometer nordøst for Kalundborg. Svebølle er den eneste af de større centerbyer i Kalundborg Kommune, der har Kalundborg som naturlig hovedby. Svebølle har ca. 5 butikker, herunder Super Brugsen, Fakta, en bager og en kiosk. Siden 2008 er der lukket to butikker, en tømmerhandel/savværk og en blomsterbutik. Der er ikke kommet nye butikker til. Svebølle er den eneste af de store centerbyer, der ikke har en decideret udvalgsvarerhandel.

Fakta, Super Brugsen og bageren ligger i Svebølle Centret i vestenden af byen. Ankomstforhold, parkeringsforhold og skiltning til centret er gode, men selve centret fremstår lidt slidt. Ud over de to butikker rummer centret også en frisør, pizzeria, pub mv.

De øvrige to mindre butikker ligger ca. 1000 meter mod vest, tæt på Svebølle Station. Selv om Svebølle har næsten samme indbyggertal som Gørlev, har byen en markant svagere detailhandel. Det kan der være flere forklaringer på:

- › Koncentrationen af butikkerne og de øvrige bylivsfunktioner er afgørende for at skabe et attraktivt butiksområde. De få butikker i Svebølle ligger spredt, og der er ikke sammenhæng mellem centret og stationsområdet.
- › Det fysiske udtryk spiller også en rolle. Eksempelvis er centret i Svebølle lidt slidt i forhold til Gørlevs nye og flotte ankomstpunkt.
- › Antallet af butikker har også en betydning. Med kun ca. 5 butikker er det vanskeligt at skabe et attraktivt udbud. Med få butikker bliver koncentrationen endnu mere vigtig for at holde detailhandlen sammen.
- › Beliggenheden kan også spille en rolle. Fra Svebølle er der ca. 10 km til Kalundborg, mens Gørlev ligger ca. 20 km fra større udbudspunkter som Kalundborg og Slagelse. På den anden side ligger Gørlev kun 10 km fra Høng, som med 30 butikker er et relativt stærkt regionalt udbudspunkt.



/Omsætningsfordeling for dagligvarer og udvalgsvarer i fordelt på byerne, 2013.

- Endelig kan Svebølle være kommet ind i en negativ spiral med butikslukninger. Det kan være vanskeligt at få udvalgswarebutikker tilbage til Svebølle. Fremover vil det være afgørende for den lokale forsyning, at dagligvarebutikkerne forbliver i Svebølle.

Ubby-Jerslev

Ubby-Jerslev har ca. 1.900 indbyggere. Byen ligger ca. 10 km nord for Gørlev og ca. 10 km sydøst for Kalundborg. De fleste af Ubby-Jerslevs ca. 5 butikker ligger centralt grupperet omkring Torvet med Super Brugsen og Fakta som de største. Torvet er en åben plads, hvor der i midten er en benzinstation. Dermed er en række funktioner koncentreret omkring Torvet, hvilket er hensigtsmæssigt set fra et detailhandelsmæssigt perspektiv.

Siden sidste detailhandelsanalyse i 2008 er der lukket tre butikker, herunder kiosken på benzinstationen. Til gengæld har Fakta åbnet en ny butik i 2010.

De mindre byer

Detailhandlen i de øvrige byer i Kalundborg Kommune er begrænset til dagligvarehandel. I de øvrige mindre byer som Føllenslev, Eskebjerg, Havnsø, Sejerby m.fl. ligger der en lokal købmand som stort set den eneste butik. Der er ikke sket nævneværdige

ændringer lukninger af dagligvarebutikker siden 2008. I mange andre af landets kommuner er den sidste dagligvarebutik lukket i byer på op til 1.000 indbyggere.

KÆDER I KALUNDBORG KOMMUNE

Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt et udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Det er samtidig også vigtigt for handelslivet, at de centralt styrede og forholdsvis ensartede kapitalkædebutikker suppleres af butikker i frivillige kæder og af butikker uden for kædesamarbejde, som bidrager til variation i butiksudbuddet.

Analysen viser, at ca. 58 % af butikkerne i Kalundborg Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2014. Ca. 35 % af butikkerne indgik i en kapitalkæde og ca. 25 % var med i en frivillig kæde. Ca. 40 % af butikkerne var uden for kædesamarbejde. Det svarer til niveauet i andre tilsvarende kommuner.

Især dagligvarebutikkerne har en høj andel af kapitalkædebutikker. Udviklingen inden for dagligvarer er drevet af hård priskonkurrence, og der er fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede kæder. De senere år har discountbutikkerne, der alle indgår i kapitalkæder, øget deres udbredelse. Samtidig er eksempelvis minimarkeder og mindre supermarkeder, der typisk indgår i frivillige kæder, blevet reduceret i antal. Dagligvarebutikkerne i Kalundborg Kommune, der står uden for kædesamarbejde, er hovedsageligt kiosker og specialdagligvarebutikker som bagere, slagtere og lokale fødevarebutikker.

KÆDETILKNYTNING 2014				
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	I ALT
KAPITALKÆDE	58%	16%	21%	34%
FRIVILLIG KÆDE	13%	29%	39%	27%
UDEN FOR KÆDE	29%	55%	40%	39%
I ALT	100%	100%	100%	100%
BUTIKKER, DER FORHANDLER BILER, AUTOCAMPERE MV., ER FRATRUKKET I OPGØRELSEN AF KÆDETILKNYTNING.				

BRUTTOETAGEAREAL 2014							
BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER	PLADSKR. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGGERE
	M²	M²	M²	M²	M²	%	%
KALUNDBORG	20.000	9.500	18.400	18.600	66.400	68%	34%
HØNG BY	6.700	1.600	2.600	900	11.800	12%	9 %
GØRLEV BY	5.100	300	1.700	1.600	8.700	9%	5 %
SVEBØLLE	3.100	500	-	-	3.600	4%	5 %
SÆRSLEV- SNERTINGE	300	400	300	-	1.000	1%	2 %
UBBY-JERSLEV	1.300	200	-	200	1.700	2%	4 %
HAVNSØ	1.000	-	-	-	1.000	1%	2 %
SEJERBY	1.000	-	200	-	1.200	1%	1 %
ULSTRUP	500	-	-	-	500	0%	1 %
KÅSTRUP-SPANGSBRO	400	-	-	-	400	0%	1 %
ESKEBJERG	200	-	-	-	200	0%	1 %
ØVRIGE	800	-	-	-	800	1%	35 %
I ALT	40.300	12.500	23.100	21.300	97.200	100%	
BRUTTOETAGEAREALET OMFATTER BUTIKKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, MEN FRATRUKKET PERSONALERUM OP TIL 200 M². I ALLE OPSUMMERINGER ER AREAERNE AFRUNDET TIL HELE 100 M².							
AREALET AF VAREHUSE SOM KVLICKY ER OPDELDT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.							

Ca. 55 % af butikkerne inden for beklædning og ca. 40 % af butikkerne, der forhandler øvrige udvalgsvarer er selvstændige butikker uden for kædesamarbejde. Det afspejler, at der her er bedre muligheder og lokalt initiativ til at starte og drive selvstændig forretning. På den anden side indikerer den lave kædeandel for udvalgswarebutikkerne, at der er plads til flere kapitalkæder og frivillige kæder i Kalundborg Kommune.

BUTIKSAREAL

Der er i 2013 registreret et samlet bruttoetageareal til butikker på ca. 97.000 m² inkl. areal til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Kalundborg by står for ca. 70 % af det samlede butiksareal, Høng og Gørlev står hver for ca. 10 % og de resterende by- og landområder i kommunen står for ca. 10 %.

Set på hovedvaregrupper er arealet af butikkerne fordelt med ca. 40 % til dagligvarer, ca. 15 % til beklædning, ca. 25 % til øvrige udvalgsvarer og ca. 20 % til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Sammenlignet med andre danske kommuner svarer arealfordelingen i store træk til gennemsnittet, dog med en mindre andel af arealet til øvrige udvalgsvarer.

Arealet blev i 2008 opgjort til ca. 94.000 m². Således er butiksarealet i 2014 stort set på niveau med 2008. Stigningen på ca. 3 % er en positiv udvikling set i forhold til den generelle udvikling med butikslukninger. Udviklingen i Kalundborg Kommune skal ses i sammenhæng med etableringen af de store butikker ved Stejlhøj, der tilsammen rummer knap 9.000 m² butiksareal.

OMSÆTNING

Detailhandlen i Kalundborg Kommune omsatte i 2013 for ca. 1,8 mia. kr. inkl. moms. Omsætningen er koncentreret i Kalundborg ved både bymidten og til dels også ved området omkring Stejlhøj. Bymidten omsatte i 2013 for ca. 800 mio. kr. og butikkerne ved Stejlhøj omsatte for ca. 125 mio. kr. Tilsammen udgør Kalundborg by knap 65 % af omsætningen i hele kommunen. Kalundborg by står for knap 85 % af



udvalgsvareomsætningen i kommunen, hvilket understreger Kalundborgs betydning som regionalt handelscenter. Området ved Stejlhøj i den østlige del af Kalundborg står for ca. 20 % af kommunens samlede omsætning inden for øvrige udvalgsvarer.

Butikkerne i Høng omsatte i 2013 for ca. 225 mio. kr. svarende til knap 15 % af den samlede omsætning Kalundborg Kommune. I Gørlev er omsætningen opgjort til ca. 185 mio. kr. Dagligvarehandlen i Høng og Gørlev udgør ca. 75 % af omsætningen i byernes butikker.

Den samlede omsætning i de øvrige byer, herunder Snertinge, Svebølle, Ubbby-Jerslev mv., er opgjort til i størrelsesordenen 250 mio. kr. Der er stort set ingen udvalgsvareomsætningen i de mindre byer i Kalundborg Kommune.

TOMME BUTIKKER

Der er registreret knap 20 tomme butikslokaler i hovedgaderne i Kalundborg svarende til, at ca. 20 % af butikslokalene står tomme. Der er forskel på omfanget af tomme butikslokaler i de forskellige dele af bymidten. Den overordnede tendens er, at de fleste tomme lokaler ligger i den østlige del af Kordilgade.

De tomme butikker giver et negativt indtryk, og det er derfor vigtigt at få udlejet eller solgt butikslokalene hurtigst muligt. Nogle lokaler kan være af en sådan karakter, at det kan være svært at få butikker i dem igen. Det kan overvejes, om nogle af lokalene kan anvendes til andre formål end butikker.

FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Ved hjælp af et udtræk fra Danmarks Statistik på forbrugsgrupper er indbyggernes forbrug beregnet. Det gør det muligt at beregne dækningsgraden, der er butikkernes omsætning divideret med indbyggernes forbrug. Der er beregnet dækningsgrader for kommunen som helhed og for 5 oplande med hver deres hovedby. 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 byen står stærkt som udbudspunkt i et opland, der rækker ud over det lokale opland.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2013. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at det påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, så ville dækningsgraden være en del lavere.

Dækningsgraden for Kalundborg Kommune som helhed er i 2013 beregnet til 85 svarende til et handelsunderskud på i størrelsesordenen 310 mio. kr. Dækningsgraden dækker over en forskel mellem dagligvarer og udvalgsvarer.

Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 96, og handelsunderskuddet var i 2013 ca. 50 mio. kr. Det vidner om, at Kalundborg Kommune holder stort set hele indbyggernes dagligvareforbrug hjemme i kommunen.

DÆKNINGSGRAD, HOVEDOPLANDE, 2013					
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV. VARER	I ALT	HANDELS-OVERSKUD (MIO. KR.)
KALUNDBORG	115	163	122	122	210
HØNG	91	63	30	67	-115
GØRLEV	107	-	54	79	-50
SVEBØLLE	74	-	-	43	-195
UBBY-JERSLEV	44	-	-	25	-163
I ALT)	96	86	67	85	-313
DÆKNINGSGRADERNE ER ANONYMISEREDE, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE BUTIKKER I KATEGORIEN. DÆKNINGSGRADERNE UDTRYKKER HANDELSBALANCEN FOR DET ENKELTE OPLAND.					



/Hovedoplande i Kalundborg Kommune.

OMSÆTNING 2012						
BYOMRÅDE	DAGLIG- VARER	BEKLÆD- NING	ØV. UDV. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGG- GERE
	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	%	%
KALUNDBORG	560	153	311.760	83.000	1.107.200	34%
HØNG BY	167	22	28.700	8.500	226.700	9 %
GØRLEV BY	138	-	23.300	20.000	183.000	5 %
SVEBØLLE	75	500	-	-	75.900	5 %
SÆRSLEV- SNERTINGE	-	-	-	-	10-20	2 %
UBBY-JERSLEV	53.000	-	-	-	50-60	4 %
HAVNSØ	-	-	-	-	30-40	2 %
SEJERBY	-	-	-	-	10-20	1 %
ULSTRUP	-	-	-	-	10-20	1 %
KÅSTRUP-SPANGSBRO	-	-	-	-	10-20	1 %
ESKEBJERG	-	-	-	-	10-20	1 %
ØVRIGE	-	-	-	-	20-30	35 %
I ALT	1.113	179	479	1.771	100%	100%

OMSÆTNINGERNE ER ANONYMISERET, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE SAMMENLIGNELIGE BUTIKKER I KATEGORIEN. BELØBENE ER INKL. MOMS.
OMSÆTNINGEN FOR BYGGEMARKEDER MV. ER INKLUDERET I OMSÆTNINGEN FOR ØVRIGE UDVALGSVARER.
BYERNE ER AFGRÆNSET TIL BYMÆSSIG BEBYGGELSE OG DÆKKER IKKE OPLANDE OMKRING BYERNE.
OMSÆTNINGEN I VAREHUSE SOM KVIKLYK ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.

Dækningsgraden for beklædning er i 2013 beregnet til 86, og handelsunderskuddet er ca. 30 mio. kr. Set i forhold til tilsvarende kommuner er det et forholdsvis pænt niveau. Andre tilsvarende kommuner har et større underskud på handlen med tøj og sko. Det skal sandsynligvis ses i sammenhæng med, at Kalundborg har et godt udvalg af butikker i forhold til byens størrelse. Kalundborg har også flere af de store kædebutikker som H&M, Mr., Vero Moda, Din Tøjmand, Zjoos og Tøjeksperten. Afstandene til meget store handelsbyer som København og Odense er sandsynligvis også med til at holde hånden under beklædningshandlen. Kalundborg mangler en del af de kendte kædebutikker. Der kan med fordel tages kontakt til en række af dem for at søge at få flere kædebutikker til byen.

Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er i 2013 beregnet til 67 for Kalundborg Kommune som helhed. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er lav sammenlignet med tilsvarende kommuner. Det skal sandsynligvis ses i sammenhæng med, at der i Kalundborg Kommune ikke findes en række af de store udvalgswarebutikker som Elgiganten, Harald Nyborg, Bauhaus mv. som tiltrækker kunder fra et stort opland. De butikker findes til gengæld i enten Slagelse eller Holbæk. Der er et potentiale for, at Kalundborg Kommune kan holde en større andel af udvalgswarehandlen hjemme. I 2008 blev der etableret en række store udvalgswarebutikker ved Stejlhøj i den østlige del af Kalundborg. Det kan have været med til at holde en del af udvalgswarehandlen hjemme. På den anden side er der flyttet mange butikker rundt i Kalundborg, og flere er lukket. Når der planlægges for store udvalgswarebutikker er det derfor vigtigt at være opmærksom på effekterne på bymidten i forhold til, hvor meget handel der kan holdes hjemme.

DÆKNINGSGRADERNE I DE 5 HOVEDOPLANDE

Kalundborg Kommune kan opdeles i 5 hovedoplande med hver deres hovedby. Dækningsgraderne for oplandene indikerer styrkeforholdet mellem de forskellige dele af Kalundborg Kommune.

Den nordvestlige del af Kalundborg Kommune omfatter selve Kalundborg by. Dækningsgraden for den nordvestlige del af Kalundborg Kommune er under ét beregnet til 122. Det dækker over et overskud på alle hovedbrancher. Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 115, og det svarer til et handelsoverskud på ca. 80 mio. kr. Overskuddet er sandsynligvis genereret af borgere fra den øvrige del af kommunen, indpendlerne og turisterne, der handler i Føtex, Kvickly eller flere af byens discountbutikker. Overskuddet svarer til omsætningen i 2 gennemsnitlige discountbutikker.

For beklædning er dækningsgraden beregnet til 163, og det svarer til et overskud på ca. 60 mio. kr. eller omsætningen i ca. 10-15 gennemsnitlige tøj- og skobutikker på ca. 300 m². Den høje dækningsgrad vidner om, at Kalundborg tiltrækker mange kunder uden for oplandet. For øvrige udvalgsvarer er dækningsgraden beregnet til 122, og det svarer til et handelsoverskud i 2013 på ca. 70 mio. kr. Det vurderes, at de nye butikker ved Stejlhøj er medvirkende til at tiltrække en del kunder uden for oplandet. Generelt ligger dækningsgraderne for udvalgsvarer i de øvrige oplande i Kalundborg Kommune på et lavt niveau. Det indikerer, at en stor del af overskuddet i Kalundborg vurderes at være genereret af borgere i de andre byer i Kalundborg Kommune.

Den sydøstlige del af Kalundborg Kommune omfatter Høng og landområderne øst for Tissø. Dækningsgraden for oplandet omkring Høng er beregnet til 67, hvilket svarer til et samlet handelsunderskud på ca. 115 mio. kr. i 2013. Handelsunderskuddet skal ses i sammenhæng med udstrækningen af oplandet, og at en stor del af oplandet har stort set lige langt til Kalundborg som til Slagelse og Holbæk, der begge har et stort butiksudbud. Dækningsgraden for dagligvarer i Høng er beregnet til 91, svarende til et mindre underskud på ca. 15 mio. kr. Det vurderes, at en stor del af den nordlige og østlige del af Høngs opland i højere grad er tilknyttet andre byer uden for Kalundborg Kommune, herunder særligt Dianalund og Jyderup.

Dækningsgraden for beklædning i Høng er beregnet til 63 svarende til et underskud på ca. 15 mio. kr. pr. år. Underskuddet svarer omsætningen i 3-5 mindre tøjbutikker. Høng har flere tøjbutikker, hvoraf flere ligger i Høng Centret. Det er med til at holde en vis del af beklædningshandlen hjemme. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er opgjort til 30, hvilket er et meget lavt niveau for en by med over 4.000 indbyggere. Underskuddet for handlen med øvrige udvalgsvarer er i størrelsesordenen 85 mio. kr. pr. år. Det skal ses i sammenhæng med de få og mindre udvalgswarebutikker, der appellerer til lokale kunder. Til sammenligning har de ca. 10 udvalgswarebutikker i Høng samlet set stort det samme omsætningsniveau som én af de største butikker ved Stejlhøj i Kalundborg.

Den sydvestlige del af Kalundborg består af Gørlev og områderne vest for Tissø. Dækningsgraden for Gørlev er beregnet til 79 svarende til et samlet handelsunderskud på i størrelsesordenen 50 mio. kr. Handelsunderskud er udelukkende skabt af underskud på udvalgswarehandlen, som er begrænset i Gørlev. Det er bemærkelsesværdigt, at Gørlev er næsten lige så stærk som Høng mål på antal butikker og omsætning for øvrige udvalgsvarer trods ca. 2.000 færre indbygger end Høng. For dagligvarer er dækningsgraden beregnet til 107, hvilket er det højeste niveau uden for Kalundborg. Handelsoverskuddet skal ses i sammenhæng med oplandets begrænsede udstrækning, og at Gørlev sandsynligvis tiltrækker dagligvarekunder fra andre byer og turistområder som Kirke Helsing og Reersø.

Den nordøstlige del af Kalundborg Kommune har Svebølle som hovedby. Dækningsgraden er samlet set beregnet til 43 svarende til et handelsunderskud i 2013 på i størrelsesordenen 200 mio. kr. Handelsunderskuddet er både skabt af dagligvare- og udvalgswarehandlen. For dagligvarer er dækningsgraden beregnet til 74 svarende til et underskud på i størrelsesordenen 50 mio. kr. pr. år. Det svarer til, at forbrugerne i oplandet til Svebølle bruger ca. 25 % dagligvareforbruget i butikker uden for oplandet. Det skal ses i sammenhæng med, at store dele af oplandet har korte afstande til byerne i Holbæk Kommune, herunder særligt Jyderup. Svebølle ligger desuden kun ca. 10 km fra Kalundborg. Med en bedre koncentration af butikkerne i Svebølle er der basis for at holde en større del af omsætningen hjemme i oplandet. Der findes også dagligvarebutikker i de mindre byer, herunder Eskebjerg og Føllenslev. Der findes stort set ikke udvalgswarebutikker i oplandet omkring Svebølle. Derfor bruges stort set hele oplandets udvalgswareforbrug i butikker uden for Svebølles opland.

Den midterste del af Kalundborg Kommune har Ubby-Jerslev som hovedby. Oplandet er forholdsvis tyndt befolket, og der bor kun ca. 5.000 personer i hele oplandet. Det giver et begrænset forbrugsgrundlag, og der skal ikke så meget til for at påvirke dækningsgraden. Den samlede dækningsgrad for Ubby-Jerslev er beregnet til 25 svarende til, at forbrugerne i 2013 brugte ca. 90 mio. kr. i butikker uden for oplandet til Ubby-Jerslev. Dækningsgraden for dagligvarer svarer til, at omkring halvdelen af borgernes dagligvareforbrug bliver lagt i butikker i Ubby-Jerslev. Udbuddet af dagligvarer er tilstrækkeligt til at dække stort set hele det daglige behov. Til gengæld findes der stort set ingen udvalgswarehandel i Ubby-Jerslev. Det vurderes, at den koncentrerede detailhandel i Ubby-Jerslev er med til at holde en vis del af særligt dagligvarehandlen hjemme.



FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV

Som grundlag for den fremtidige detailhandelsplanlægning omsættes forbrugstilvæksten til to scenarier for det fremtidige arealbehov. Afhængigt af udviklingen i privatforbruget, væksten i e-handel 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.

FORBRUGSUDVIKLING OG FREMTIDIGT AREALBEHOV

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarehandlen er ramt i et væsentligt omfang. I de kommende år vil den økonomiske krise fortsat have stor betydning for udviklingen i forbruget og dermed også det fremtidige arealbehov til butikker. Andre faktorer vil også have indflydelse på detailhandels udviklingsmuligheder i Kalundborg Kommune. Følgende faktorer vil have betydning for udviklingen:

- Befolkningsudviklingen,
- Udviklingen i privatforbruget,
- Udviklingen i internethandlen,
- Udvikling i handelsbalancen overfor nabokommunerne.

Det forudsættes desuden, at omsætningen pr. m² er konstant i perioden 2014-2026.



AREALINTENSITET, OMSÆTNING PR. M²

DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
27.500	14.000	11.000

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

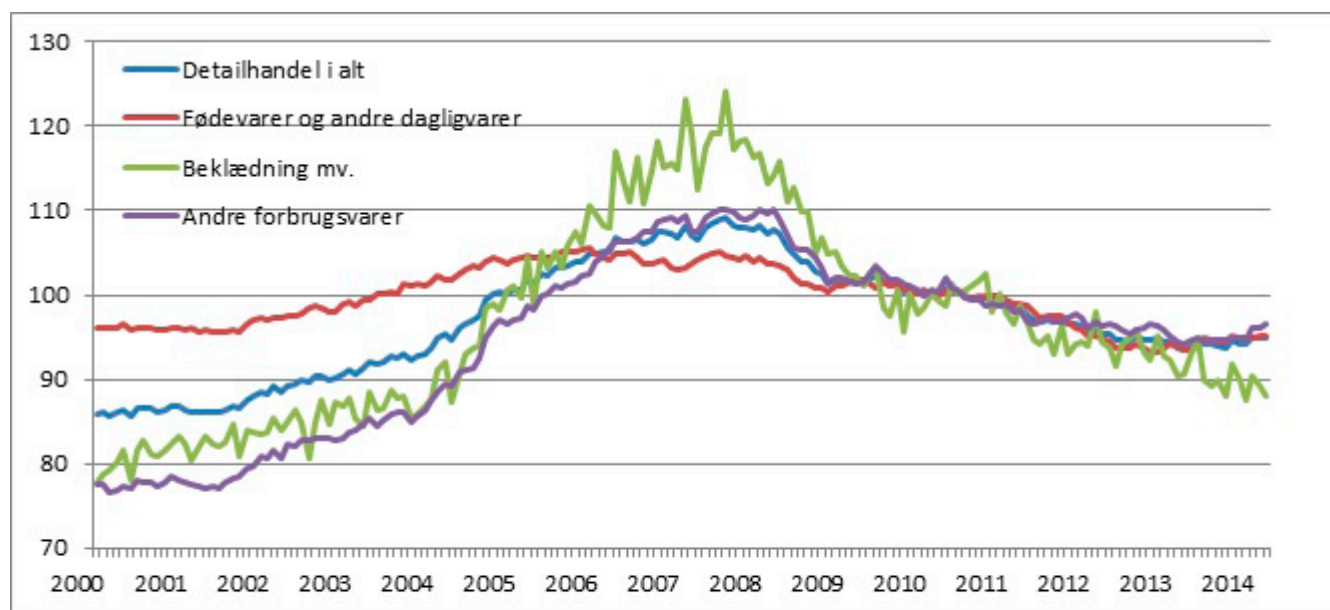
BEFOLKNINGSUDVIKLING

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. Ifølge Kalundborg Kommunes befolkningsprognose vil der ske en tilbagegang på ca. 2.100 personer fra 2014 til i 2026. Det svarer til en tilbagegang på ca. 4 %. Samtidig forventes der større aldersforskydninger i forhold til den nuværende befolkningssammensætning. Der vil være en stigning i antallet af ældre på mere end 65 år. Stigningen skal ses i sammenhæng med et stort fald i antallet af personer under 65 år. Samlet set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugsgrundlag, der er ca. 90-100 mio. kr. lavere i 2026 end det er i dag (2013-priser).

Den seneste befolkningsopgørelse peger på, at tilbagegangen måske ikke bliver så kraftig som først antaget. Derfor er der både regnet med Kalundborg Kommunes befolkningsprognose samt med en befolkningsudvikling frem mod 2026, der holder niveauet fra 2014.

UDVIKLING I PRIVATFORBRUGET

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarerhandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat at have stor betydning for udviklingen i forbruget. Siden 2007 er om-sætningen i handlen med tøj og andre beklædningsvarer faldet med ca. 25-30 %,



/Det sæsonkorrigerede mængdeindeks er værdiindekset divideret med et tilhørende prisindeks (her 2010-priser). Mængdeindekset er derfor regnet i faste priser og er et udtryk for den reele udvikling.

omsætningen i øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 10-15 %, og for dagligvarer er omsætningen faldet med ca. 5-10 %.

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, hvornår de økonomiske konjunkturer vender. På den baggrund er det i minimumsscenariet forudsat, at forbruget stort set ikke stiger frem til 2026, hvilket i store træk svarer til, at stagnationen i forbruget de seneste år vil fortsætte i mange år endnu.

I maksimumsscenariet antages forbruget i 2026 at være steget til et niveau, der svarer til det niveau, som forbruget havde, da det nåede højdepunktet i 2007-2008.

INTERNETHANDEL

Internethandlen vinder frem. Siden 2009 er omsætningen i internethandlen steget med ca. 15 % om året og vurderes i dag at udgøre i størrelsesordenen 10 % af det samlede privatforbrug ekskl. boligudgifter. Internethandlen forventes at fortsætte væksten de kommende år. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på internettet. Hvis væksten primært sker i rene internetbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butiksformål, da varelager 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 øge behovet for butiksareal eller kan medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker. Overordnet set forventes internethandlen at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen.

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. Eksempelvis forventes den at dække 25 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026. I maksimumsscenariet forventes internethandlen at vokse mere beskeden og vil eksempelvis kun dække 15 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026.

UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVER FOR OMVERDENEN

Dagligvarer købes i højere grad lokalt og tæt på bopælen, hvorimod udvalgsvarer i højere grad købes i de større byer, i centre eller via internettet. Dækningsgraden for dagligvarer forventes frem mod 2026 at ligge på stort set samme niveau som i 2013.

I minimumsscenariet forudsættes det, at Kalundborg Kommunes andele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer vil forblive på det nuværende niveau.

I maksimumsscenariet forudsættes det, at dækningsgraden for dagligvarer stiger med 4 procentpoint svarende til, at der er balance mellem borgernes forbrug i de fysiske butikker og butikkernes omsætning. Dækningsgraden for beklædning forudsættes også at stige med 4 procentpoint som følge af en udvikling af butiksudbuddet. Den lave dækningsgrad for øvrige udvalgsvarer forudsættes at stige med 10 procentpoint – bl.a. som følge af, at Kalundborg Kommune styrker den nuværende position i markedet med nye udvalgswarebutikker.

SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2026

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Kalundborg Kommune. De to scenarier beskriver som nævnt to yderpunkter for arealbehovet i 2026.

MINIMUM AREALBEHOV

Minimumsscenariet, 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 får flere penge til privatforbrug, end de har i dag,
- › at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2026,
- › at dækningsgraderne forbliver på det nuværende niveau, at indbyggertallet falder med ca. 2.100 personer i perioden 2014-2026.

Det svarer til, at omsætningen i 2026 vil kunne ske på et areal, der er ca. 13.000 m² mindre end i dag. Hvis befolkningsudviklingen er stabil frem mod 2026 vil det svare til, at omsætningen i 2026 vil kunne ske på et areal, der er ca. 9.000 m² mindre end i dag.

MINIMUM AREALBEHOV			
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	96 (0)	86 (0)	67 (0)
FORBRUGSVÆKST	0 %	0 %	0 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	6 %	16 %	25 %
AREALBEHOV: -13.000 M ²			

MAKSIMUM AREALBEHOV

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

- › at forbruget igen vil vokse og i 2026 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 dækningsgraderne stiger,
- › at indbyggertallet falder med ca. 2.100 personer i perioden 2014-2026.

Maksimumsscenariet indebærer, at der vil blive behov for udvidelse af butiksarealet med i størrelsesordenen 14.000 m². Hvis befolkningsudviklingen er stabil frem mod 2026 vil der være behov for ca. 19.000 m² mere butiksareal end i dag. Det vurderes, at det største arealbehov vil være i Kalundborg by. For at sikre en lokal forsyning med især dagligvarer kan nye lokalcentre også have behov for nyt butiksareal.

Samlet set viser beregningerne af forbrugsvæksten i de to scenarier, at den skønnede vækst i forbruget vurderes at blive ganske forskellig. Det skyldes især udviklingen i internethandlen, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem.

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. m² 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 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.

MAKSIMUM AREALBEHOV			
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	100 (+4)	90(+4)	77 (+10)
FORBRUGSVÆKST	10 %	25 %	12 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	4 %	12 %	15 %
AREALBEHOV: 14.000 M ²			

Vil du have lokale butikker i morgen - så brug dem i dag!



Kalundborg
-handelsbyen ved fjorden....

Lige nu, hvor detailhandlen står overfor mange udfordringer, har du som forbruger et særligt ansvar. Et ansvar for at gøre noget, der måske er noget andet, end du plejer at gøre.

Som forbruger har du mulighed for at påvirke andres dagligdag gennem dit valg.

Det betyder noget, hvor du køber ind...

- ✓ Kører du langt for at handle
- fx til grænsen eller til storcentre?
- ✓ Køber du ind på nettet?
- ✓ Køber du lokalt?

Brug dine lokale butikker - så er de også dine lokale butikker i morgen, i næste måned og til næste år.

Læg dine indkøb i dine lokale butikker!

Ikke kun småindkøbene - men størstedelen af dine indkøb, for ingen kan leve af småindkøb fra tid til anden.

Og så bevarer det også...

SWOT-ANALYSE FOR DETAILHANDLEN I KALUNDBORG KOMMUNE

Byerne i Kalundborg Kommune har forskellige udgangspunkter for udvikling af detailhandlen. I sommeren 2014 blev der i samarbejde mellem kommunen og handelslivet afholdt en SWOT-workshop. Resultaterne beskriver de interne styrker og svagheder samt de eksterne muligheder og trusler for at udvikle et attraktivt handelsmiljø i Kalundborg, Høng og Gørlev.

SWOT-ANALYSEN

En SWOT-analyse er anvendt til at beskrive detailhandlens status og udviklingsmuligheder. Analysen anvendes som udgangspunkt til strategiudvikling i forbindelse med planlægning af byernes handelsliv. SWOT-analysen opstiller og prioriterer de eksisterende styrker og svagheder samt trusler, hvis de nuværende tendenser fortsætter. Det vigtigste mål med SWOT-analysen er mulighederne for handling.

Den 19. juni 2014 blev der afholdt en workshop med Kalundborg Kommune og detailhandlens parter. Workshopen bestod af et oplæg om indholdet i detailhandelsanalysen samt et gruppearbejde i 3 grupper om hhv. Kalundborg, Høng og Gørlev. Afslutningsvis fremlagde hver gruppe en række forslag til udvikling af bymidten og detailhandlen i deres område. Fokus var på mulighederne. Aftenen var præget af mange ideer og god energi. De mange input indgår i sammenfatningen nedenfor. Overordnet set er der en række faktorer, der som "appelsiner i turbanen" betyder gunstigere vilkår for detailhandlen i Kalundborg Kommune. Omvendt er der også en række overordnede tendenser, der tilsammen udgør en "brændende platform" for detailhandlens udviklingsmuligheder.

OVERORDNEDE TENDENSER, KALUNDBORG KOMMUNE

"APPELSINER I TURBANEN"	"BRÆNDENDE PLATFORM"
› Krisen er ved at være overstået. Der er tegn på, at forbruget igen stiger en smule. › Mange arbejdspladser. 5.000 indpendlere hver dag. NOVO, Statoil mv. tiltrækker mange arbejdspladser. › Turisme. Kysttogsturisme, sommerhuse mv. skaber et godt grundlag til butikkernes omsætning. › Afstande til nærmeste handelsbyer. Fra Kalundborg er der forholdsvis langt til Holbæk, Slagelse og Ringsted. › Kvalitet af byrum. Smuk bygningsarv og gode pladser i Kalundborg. › God dagligvareforsyning. Stort set alle byer har egen dagligvareforsyning.	› Befolkningstilbagegang. 2.100 færre personer i 2026 end i dag. Det svarer til et faldende årligt forbrugsgrundlag på ca. 90-100 mio. kr. › Stigende internethandel. Omsætningen i internethandlen stiger med ca. 15 % om året. For at overleve bliver fremtidens butikker nødt til at tænke e-handel og den fysiske butik sammen. › Øget konkurrence om kunderne. Slagelse, Holbæk, Ringsted mv. konkurrerer med Kalundborg om særligt udvalgsvarerhandlen. › Lukkelovens afskaffelse og generationsskifte kan udfordre de mindre og selvstændige butikker. › Nettoudpendling. Der er ca. 2.300 flere udpendlere end indpendlere.



KALUNDBORG

Med Kordilgade, byens centrale handelsgade, har Kalundborg en attraktiv og stjerningsfyldt strøggade. Der er gode forbindelser til gågaden via mindre "slipper" fra særligt den sydlige del af bymidten. Kordilgade er detailhandlens største aktiv, og med en unik kulturhistorie, gode byrum og de mange turister er der gode muligheder for at videreudvikle bymidten som et attraktivt besøgsmaal. Eksempelvis kan Solskinspladsen fremhæves som et byrum med særlige kvaliteter. Med en beliggenhed midt på Kordilgade, udsigten til Møllebakken, den begrønnede trappe og selve den smukke, sydvendte plads med gavlmaleri har pladsen et særligt potentiale for byliv af høj kvalitet.

På den anden side har Kalundborg nogle mindre svagheder. Med en god bymidteplanlægning er det muligt at vende svaghederne til styrker. Eksempelvis er forbindelsen mellem Nytorv og Kordilgade mindre god. Det betyder, at de to områder reelt opfattes som to separate handelsområder. Ved at styrke forbindelserne mellem områderne, eksempelvis med skiltning, belægning, aktiviteter i gaderne mv., er det muligt at få et samlet og stærkere handelsmiljø. De tomme lokaler er også en af svaghederne, der kan vendes positivt. Hvis de tomme lokaler kan bringes i anvendelse i form af nye butikker eller andre bylivsfunktioner, skaber det liv. Der kan eksempelvis arbejdes aktivt med at tiltrække de butikker og funktioner, som ikke i dag findes i Kalundborg, eller bruge nogle af lokalerne til helt andre formål end butikker.

Udvikling af detailhandlen hænger tæt sammen med kundegrundlaget. Flere arbejdspladser og boliger i bymidten, flere turister eller flere studerende skaber et større lokalt kundegrundlag for bymidtens butikker. Eksempelvis har 500 borgere et årligt forbrug i de fysiske butikker på ca. 20-25 mio. kr., hvoraf langt størstedelen typisk bliver lagt i de nærmeste butikker.

SWOT-ANALYSE, KALUNDBORG

INTERNE FORHOLD	
STYRKER	SVAGHEDER
› Velfungerende Kordilgade med Solskinspladsen som særlig attraktion › Smuk bygningsarv i bymidten og Højbyen › Levende by med gode kvaliteter › God trafikbetjening på sydsiden af Kordilgade › God forbindelse mellem p-områder og Kordilgade via smøger/slipper › Mange turister i bymidten › God tilgængelighed til Møllebakken	› Tomme butikker › Tæt og hurtigkørende trafik i bymidten › Stejlhøj ligger uden for bymidten › Den østlige del af Kordilgade er svag › Svag sammenhæng mellem Nytorv og Kordilgade › Svag sammenhæng mellem havnen og Kordilgade
EKSTERNE FORHOLD	
TRUSLER	MULIGHEDER
› Faldende forbrugspotentiale › Fortsat tomgang i butikslokalerne › Faldende turisme › Udflytning af arbejdspladser › Butikkernes drift: E-handel, serviceniveau og fysisk udtryk. › Turisterne opdager ikke bymidtens kvaliteter	› Boliger i bymidten › Tiltræk butikker og funktioner til bymidten › Styrk forbindelserne: Kvikly, "slipperne" og Nygade › Krydstogsturisterne skal ledes tydeligt fra havnen op til bymidten via ny park og velkomstcenter › Legeplads i bymidten/legemøbler på Kordilgade eller sidegade › Slipperne til Bredgade gøres mere attraktive › Styrk forbindelsen mellem Kordilgade og Kvikly/Nytorv



HØNG

Med både en aktiv handelsgade og et center i umiddelbar tilknytning til byen har Høng gode forudsætninger for udvikling af detailhandlen. Høng har en velfungerende dagligvare- og udvalgsvarerhandel, men detailhandlen er delt mellem Hovedgaden og Høng Centret. Høngs kvaliteter som bosætningsby afspejler sig ved gode uddannelsesinstitutioner, herunder den nye flotte skole og gymnasiet i Hovedgaden. Gymnasiets centrale beliggenhed giver en daglig strøm af unge i bymidten.

Høng Centret og Hovedgaden ligger ca. 700 fra hinanden. Det er for langt til, at der er en umiddelbar synergi mellem de to udbudspunkter. Med en koncentration af handels- og bylivet i den del af Hovedgaden, der er tættest på Høng Centret, er der mulighed for at styrke hele Høngs detailhandel. Som i mange andre byer er Høng udfordret med flere tomme butikslokaler. Flere af de tomme butikslokaler står nu over for omdannelse til boliger. Andre af de tomme butikker kan eksempelvis udfyldes af foreninger, værksteder for kunsthåndværk, indendørs legeplads eller andet. De mange børnefamilier og uddannelsesinstitutioner i Høng kan aktivt tage del i funktioner, der fylder de tomme butikslokaler ud. Nogle butikslokaler vil sandsynligvis ikke blive udfyldt af nye butikker eller andre formål. Derfor er det vigtigere at sørge for et solidt kundegrundlag i byens butikker ved at fortsætte med at omdanne nogle af de tomme lokaler til attraktive lejligheder.

SWOT-ANALYSE, HØNG

INTERNE FORHOLD

STYRKER

- › Har både en handelsgade og et butikscenter
- › Har både dagligvare- og udvalgsvarerhandel
- › Konvertering af tomme lokaler til boliger
- › Høj kvalitet i det fysiske miljø – særligt skolen
- › Mange unge i skole, gymnasium mv.

SVAGHEDER

- › Manglende sammenhæng mellem Hovedgaden og centret
- › Langstrakt handelsgade
- › Tomme butikslokaler
- › Tættere på Slagelse end Kalundborg

EKSTERNE FORHOLD

TRUSLER

- › Nettofraflytning
- › Fortsat tomgang i butikslokalerne
- › Udbuddet bliver for lille
- › Yderligere spredning i handelslivet pga. flere lukkede butikker
- › Butikkernes drift: E-handel, serviceniveau og fysisk udtryk.

MULIGHEDER

- › Koncentration af detailhandlen i den ende af Hovedgaden, der vender mod centret
- › Fortsættelse af konverteringen af butikslokaler til boliger
- › Kunst og kultur kan blandes med detailhandlen for at skabe liv og dynamik
- › Aktiv inddragelse af uddannelsesinstitutioner i detailhandlen



GØRLEV

På trods af Gørlevs kun 2.400 indbyggere har byen en velfungerende detailhandel. Særligt to centrale fysiske ankomstpunkter kan fremhæves: Den nye flotte ankomst til byen med Lysmesteren og Punkt1 samt den centrale ankomstzone i bymidten ved butikkerne, banken mv. Koncentrationen af butikkerne og de øvrige bylivsfunktioner betyder, at afstandene mellem funktionerne er korte, og at kunden kan opleve en stor del af butikkerne på samme tur.

Det er vigtigt for detailhandlen i Gørlev, at evt. nye butikker og funktioner koncentrerer om det eksisterende butiksmiljø. Det er også vigtigt at få liv i de tomme lokaler. Som tidligere nævnt er der flere muligheder, der kan bringes i spil. For at øge synergien mellem turistbranchen, detailhandlen og erhvervslivet kan der eksempelvis etableres et tættere samarbejde mellem turistforeningen og handels- og erhvervsforeningen. Det kan være en mulighed at investere i et nyt skilt over bymidtens handelsliv. Det eksisterende virker slidt, og det er med til at give et mindre positivt indtryk af Gørlev som handelsby. Det kan også være en mulighed at inddrage den centrale parkeringsplads som et aktivt sted – også når butikkerne er lukket. Dele kan eksempelvis omdannes til en basketballbane eller lignende, der kan bruges, når der ikke er biler på pladsen.

SWOT-ANALYSE, GØRLEV

INTERNE FORHOLD

STYRKER

- › Velfungerende dagligvarehandel
- › Flot ankomst med Lysmesteren/Punkt1
- › God ankomstzone i byen

SVAGHEDER

- › Tomme butikker
- › Detailhandlen er spredt mellem bymidten og Gørlev Landevej.
- › Manglende overblik over butikkerne
- › Skiltning ved landevejen viser ikke butiksudbuddet

EKSTERNE FORHOLD

TRUSLER

- › Nettofraflytning
- › Fortsat tomgang i butikslokalerne
- › Udbuddet bliver for lille
- › Risiko for at bymidten og området ved Gørlev Landevej bliver konkurrenter
- › Yderligere spredning i handelslivet pga. flere lukkede butikker
- › Butikkernes drift: E-handel, serviceniveau og fysisk udtryk.

MULIGHEDER

- › Boliger i bymidten
- › Samarbejde mellem turistforening og handels- og erhvervsforening
- › Liv i de tomme lokaler
- › Nye butikker og funktioner kan etableres koncentreret med byens øvrige funktioner.
- › Nyt skilt over bymidtens funktioner
- › Funktioner på p-pladsen – også efter lukketid



SVEJBØLLE

Svejbold ligger kun ca. 10 km fra både Kalundborg og Jyderup. Byen rummer ca. 1.900 indbyggere, skole, sportshal mv. Det betyder, at byen har gode potentialer som bosætningsby. På den anden side kan de korte afstande til det store butiksudbud betyde, at særligt udvalgsvarerbutikkerne er udfordret. Svejbold har egen dagligvareforsyning, men har kun meget få butikker. Butikkernes fysiske udtryk er slidt, og der kan med fordel foretages en renovering af butiksfacaderne. Parkeringsarealerne kan også opgraderes, så de i højere grad indbyder til ophold. Skolen, biblioteket, stadion mv. ligger ca. 700 m fra butikkerne. Det er muligt at skabe en bedre forbindelse mellem de to områder med visuelle "trædesten" i form af et sammetænkt fysisk udtryk, med skiltning mv. Endelig er det muligt at tænke på nye funktioner i Svejbold, som skaber byliv. Det kan eksempelvis være et nyt forsamlingshus, spisested, mulighed for overnatning mv.

SWOT-ANALYSE, SVEJBØLLE

INTERNE FORHOLD

STYRKER

- › Egen dagligvareforsyning
- › Har skole, sportshal og flere fritidsaktiviteter
- › Ligger tæt på Jyderup og Kalundborg – det giver forudsætninger for en god bosætningsby

SVAGHEDER

- › Har kun få butikker
- › Slidt udtryk
- › Ligger tæt på Jyderup og Kalundborg – det udfordrer udvalgsvarerhandlen

EKSTERNE FORHOLD

TRUSLER

- › Nettofraflytning
- › Fortsat tomgang i butiksløkalerne
- › Udbuddet risikerer at blive for smalt
- › Yderligere spredning i handelslivet pga. flere lukkede butikker
- › Butikkernes drift: E-handel, serviceniveau og fysisk udtryk.

MULIGHEDER

- › Parkeringspladsen kan gøres mere attraktiv, så den indbyder til ophold
- › Bedre sammenhæng mellem butiksområdet og skolen, biblioteket og stadion.
- › Nyt forsamlingshus, spisested, mulighed for overnatning mv.
- › Renovering af butiksfacader



UBBY-JERSLEV

Ubby-Jerslev er stort set vokset sammen med nabobyen, Jerslev. I de senere år er byen kommet tættere på Kalundborg by, dels fordi Kalundborg By er vokset mod øst og dels grundet borgernes øgede villighed til at transportere sig over længere afstande. Det betyder at Ubby-Jerslev i stigende grad fungerer som bosætningsby med kun 12 km til Kalundborg by. Butikkerne i Ubby-Jerslev er koncentreret omkring Torvet, hvor Super Brugsen ligger. I 2010 åbnede Fakta også en butik ved Torvet. Her ligger også en benzintank, og området er byens centrale handelsplads. Ubby-Jerslev fungerer også som centerby for en række omkringliggende mindre landsbyer indenfor kort afstand, herunder Bjerger, Flinterup, Li, Fuglede, St. Fuglede Kirkeby, Store Fuglede Stationsby m.fl. Den meget koncentrerede bymidte betyder, at kunden kan overskue hele indkøbs-turen fra den centrale parkeringsplads. Yderligere udvikling af parkeringsområdet til et opholdsareal med boldbaner, borde/bænke mv. kan styrke detailhandlen yderligere. Nye funktioner i Ubby-Jerslev bør så vidt muligt søges placeret i umiddelbar nærhed til Torvet.

SWOT-ANALYSE, UBBY-JERSLEV

INTERNE FORHOLD

STYRKER

- › Velfungerende dagligvarehandel
- › Koncentreret struktur
- › God ankomstzone i byen

SVAGHEDER

- › Stort set ingen udvalgsvarerhandel
- › Få andre funktioner
- › Lavt forbrugsgrundlag

EKSTERNE FORHOLD

TRUSLER

- › Nettofraflytning
- › Tomgang i butikslokalerne
- › Udbuddet bliver for lille
- › Spredning i handelslivet
- › Butikkernes drift: E-handel, serviceniveau og fysisk udtryk.

MULIGHEDER

- › Boliger i bymidten
- › Samarbejde mellem turistforening og handels- og erhvervsforening
- › Liv i de tomme lokaler
- › Nye butikker og funktioner kan etableres koncentreret med byens øvrige funktioner.
- › Funktioner på p-pladsen – også efter lukketid

VURDERING OG UDVIKLING AF CENTERSTRUKTUREN

Centerstrukturen har stor betydning for udvikling af detailhandlen i kommunen. Samtidig er gode og tidssvarende butikker med et bredt udbud en medvirkende faktor for bosætning. Med fremtids-sikrede centerområder og butikker får byerne de bedste rammer for udvikling af handelslivet.

Vurderingerne for udviklingen af centerstrukturen i Kalundborg Kommune er foretaget med udgangspunkt i erfaringer og overvejelser om trafikal tilgængelighed, bosætning, investorers præferencer, byliv mv. Udgangspunktet er således en kvalitativ og umiddelbar vurdering af mulighederne for udvikling af særligt dagligvarehandlen i Kalundborg Kommune. Opfølgende analyser om et lokalt forbrugsgrundlag, påvirkninger på bymidten, analyser af de planjuridiske forhold mv. vil være nødvendige at gennemføre forud for en ændring af centerstrukturen.

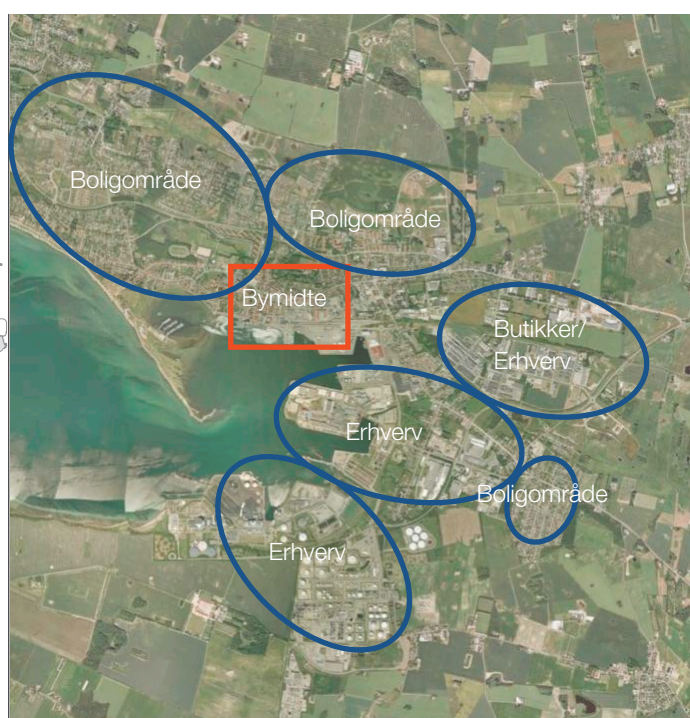
KALUNDBORG

Kalundborg ligger i den nordvestlige del af Sjælland. Afstanden fra Kalundborg til de øvrige store handelsbyer som Slagelse og Holbæk er hhv. ca. 35 og 45 km. Kalundborg ligger i den nordvestlige del af kommunen. Det betyder, at mange borgere i Kalundborg Kommune har stort set lige langt til Kalundborg som til Slagelse eller Holbæk. Kalundborgs detailhandel konkurrerer derfor med de øvrige vest- og midtsjællandske byer om forbrugerne i Kalundborg Kommune.

I Kalundborg by ligger de største boligområder nord og nordvest for byen. De østlige og sydlige dele af Kalundborg er kendetegnet ved store erhvervsområder med betydelige virksomheder som Novo Nordisk, Novozymes, og Statoils Raffinaderi. Midt mellem boligområderne og erhvervsområderne ligger bymidten. Strukturen betyder, at mange borgere kommer igennem eller rundt om bymidten på vej hjem fra arbejde. På den anden side skal de fleste indpendlere køre en omvej på vej hjem fra arbejde, hvis de skal besøge Kalundborgs bymidte. For ansatte med bopæl uden for Kalundborg Kommune kræver det med andre ord et aktivt valg at køre til bymidten.



/Kalundborg - i forhold til Sjælland.



/Bymidten - i forhold til Kalundborg.

I bymidten er funktionerne struktureret på følgende måde:

- Tilgængelighed og ankomst: Ankomsten til Kalundborg bymidte sker typisk med bil. Fra boligområderne i de vestlige og nordlige dele ankommer kunderne først til Torvet og det øvrige historiske miljø omkring Højbyen. Ankomsten fra den sydlige og østlige del sker typisk via de store indfaldsveje, Holbækvej og Slagelsevej. Herfra kan kunderne vælge at køre til bymidten via Østre Havnegade, Elmegade eller Sct. Jørgensbjerg. Tilgængeligheden og parkeringsforholdene virker til at være gode i Kalundborg. Der er også gode forbindelser med kollektiv trafik. Der er ca. 250 m fra banegården og rutebilstationen til gågaden, Kordilgade.
- Butiksstrukturen: Detailhandlen i Kalundborg bymidte er kendetegnet ved en øst-vestlig struktur. Gågaden ligger i den nordligste del af byen. Umiddelbart syd for Kordilgade ligger de store parkeringsområder. Syd og øst for parkeringsområderne ligger Kalundborgs største butikker som Føtex og Kvikly. Syd for Kvikly ligger det overdækkede butikstorv, Nytorv, der fungerer både som et centralt ankomstpunkt og som et handelscenter med både en discountbutik og flere udvalgswarebutikker.

Detailhandlen i Kalundborg er kendetegnet ved tre områder med hver deres styrke.

- Kordilgade er den gennemgående gågade med mindre udvalgswarebutikker og et hyggeligt bymiljø. Kordilgade har en overvægt af butikker, der sælger tøj, sko og andre varer til krop og sjæl. Området har også flere caféer, restauranter og sundheds- og skønhedstilbud.
- Bredgade og området i den østlige del af bymidten rummer en række af de store dagligvarebutikker samt butikkerne ved Nytorv med mange daglige kunder.
- Stejlhøj ligger ca. 1 km øst fra bymidten og rummer en række af de store udvalgswarebutikker, som ikke umiddelbart kan indpasses i bymidten.



/Funktioner og struktur - i forhold til bymidten.

Butikkerne og de andre funktioner i og omkring Kordilgade er afhængige af et stort dagligt kundeflow. Det største kundeflow genereres af store butikker, herunder dagligvarebutikker som Føtex og Kvickly men også af udvalgswarebutikker som H&M. Føtex ligger ca. 150 m syd for Kordilgade. Parkeringspladsen og indgangspartiet er vendt mod øst. Den korte afstand betyder, samt de gode og direkte fodgængerforbindelser betyder, at det er nemt at handle både i Føtex og i Kordilgade på samme tur. Gangafstanden fra Kvicklys indgang til Kordilgade er ca. 300 m. Afstanden er for stor til, at der skabes en betydelig synergi mellem Kvickly og Kordilgade. Kvicklys hovedindgang vender desuden væk fra bymidten og Kordilgade. Der kan arbejdes på at skabe en bedre forbindelse mellem Kvickly og til Kordilgade. Det vil betyde, at afstanden mellem de to områder bliver reduceret til ca. 150 m. En anden mulighed kan være at fredeliggøre Nygade for trafik samtidig med at skabe en god overgang i krydset, Nygade og Bredgade, der kan styrke sammenhængen mellem Kordilgade og Nytorv.

Kordilgade vil også have stor gavn af en eller flere nye ankerfunktioner nær gågaden. Det er umiddelbart vanskeligt at etablere nye ankerfunktioner i den vestlige del af byen, der er kendetegnet ved det historiske bymiljø. I stedet kan det anbefales at gennemgå andre mulige grunde, hvor bymidten kan koncentreres med ankerfunktioner. En eller flere attraktive funktioner her vil betyde et større kundeflow til butikkerne i Kordilgade og den øvrige bymidte. En omdannelse af ejendomme i bymidten kræver en konstruktiv dialog mellem Kalundborg Kommune og eventuelle grundejere om en udvikling, der kan gavne både ejeren, investorerne og i sidste ende handelslivet.

Udvikling i Bredgade og den østlige del af bymidten kan fokuseres på at fastholde og udvikle de eksisterende dagligvarebutikker. Eventuelle ønsker om udvidelse, mindre ændringer mv. kan så vidt muligt imødekommes. Utidssvarende butikker og et butikslejemål, hvor lejeperioden er ved at udløbe, kan føre til, at dagligvarebutikkerne vælger at fraflytte lejemålet. Erfaringsmæssigt er det vanskeligt at genudleje tomme lokaler, der tidligere har huset en stor dagligvarebutik. Som nævnt er gode dagligvarebutikker afgørende for bosætningskvaliteten. Kunderne foretrækker i dag store dagligvarebutikker på mindst 1.000 m² med fuldt sortiment frem for mindre og utidssvarende butikker. Hvis ikke dagligvarebutikkerne udvides vil kunderne sandsynligvis vælge at handle andre steder. Effekten af eventuelle udvidelser vil være begrænset, da der i højere grad vil være tale om udvidelser af eksisterende butikker frem for etablering af nye kæder i Kalundborg.

Generelt anbefales det at fastholde bymidteafgrænsningen i Kalundborg, men hvis der opstår konkrete behov kan bymidten udvides yderligere. Der er ikke dagligvarebutikker ved Stejlhøj. Hvis der etableres dagligvarebutikker her vurderes det at få betydelige konsekvenser for de eksisterende dagligvarebutikker i bymidten. Der er umiddelbart ikke et lokalt forbrugsgrundlag til nye dagligvarebutikker ved Stejlhøj. Se også boksen med eksempler på næste side.

Udover butikkerne i Kordilgade, Bredgade og Stejlhøj er der få mindre butikker i den nordvestlige del af Kalundborg. Det vurderes, at der er grundlag for en udvikling med

PROJEKTSALG TIL DETAIL-INVESTOR

En strategi for udvikling af detailhandlen i Kalundborg er koncentration af detailhandlen. Det kan gøres ved at skabe nye ankerfunktioner i relation til Kordilgade. Umiddelbart kan der peges på to mulige grunde, der i dag rummer to banker. Nogle centrale overvejelser er:

- › Hvilke ejendomme kan bringes i spil?
- › Hvilke centrale udfordringer er der ved projektet?
- › Hvordan kan grunden klargøres til en mulig investor?
- › Hvilke krav til udformning og arkitektur skal være på butikskædens præmisser?
- › Hvilke krav skal være på kommunens præmisser?
- › Hvordan kan et muligt projekt skrues sammen?

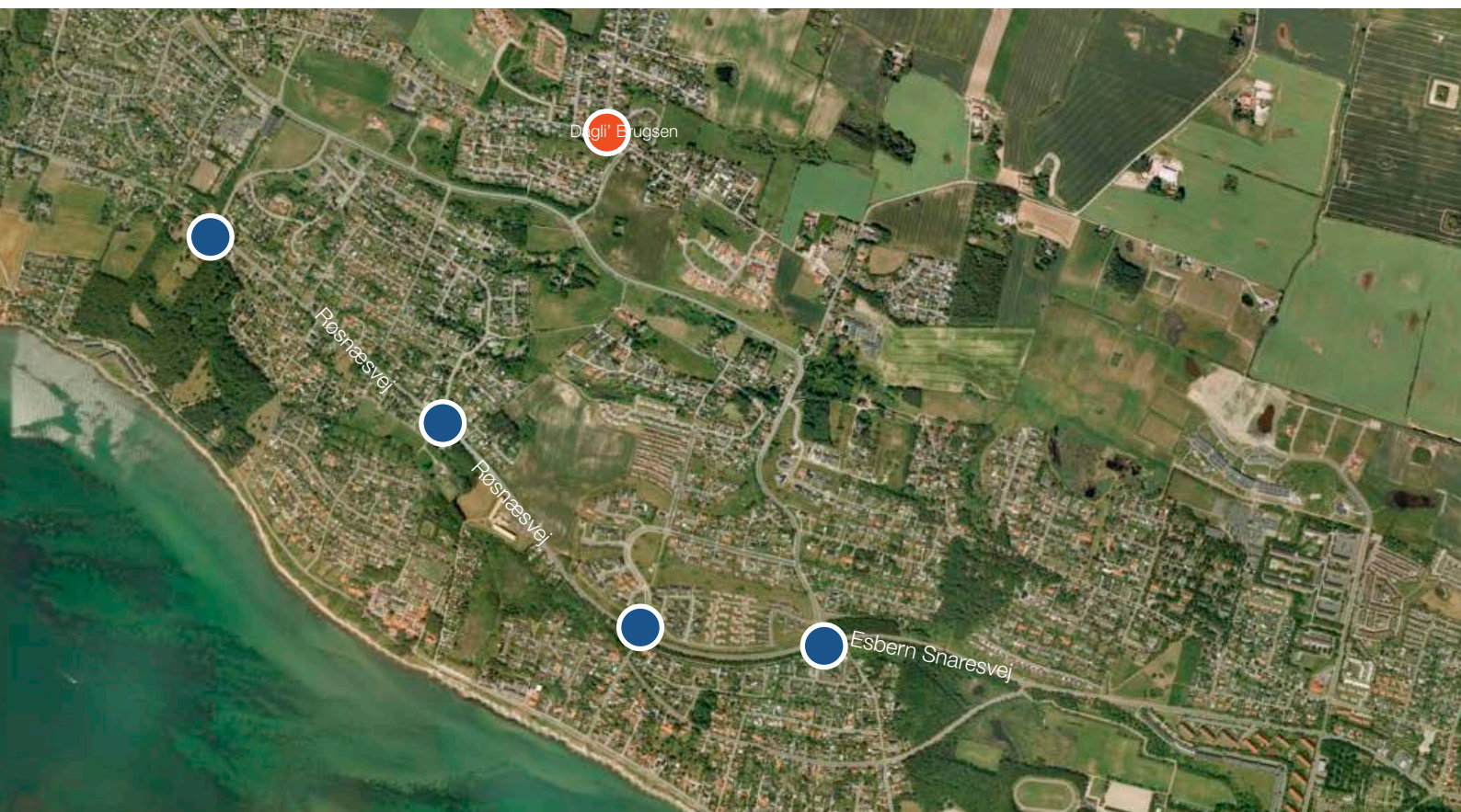
en eller flere dagligvarebutikker i boligområderne nordvest for bymidten. Omsætningen i en gennemsnitlig discountbutik på ca. 1.000 m² svarer til det årlige dagligvareforbrug fra ca. 1.500 indbyggere i Kalundborg. Den eneste store dagligvarebutik nordvest for bymidten er Dagli' Brugsen i Raklev. For at styrke den lokale dagligvareforsyning, og dermed bosætningskvaliteterne, kan det overvejes at udpege et lokalcenter eller et område til en enkeltstående butik til områdets lokalforsyning langs Røsnæsvej. For at øge tilgængeligheden kan butikken placeres ved et af de central kryds langs Røsnæsvej. Yderligere analyser af forbrugsgrundlaget, effekterne på de eksisterende butikker mv. kan undersøges yderligere.

GENERELLE ERFARINGER VED EN DECENTRALISERING AF DAGLIGVAREHANDLEN

Erfaringsmæssigt omsætter en 1.000 m² dagligvarebutik for i størrelsesordenen 30-40 mio. kr. pr. år i en by af Kalundborgs størrelse og beliggenhed. Det svarer til det samlede forbrug fra ca. 1.500 borgere i Kalundborg Kommune. Hvis butikken omsætter for mere end det lokale forbrug, vil butikken række ud over det lokale opland og være i konkurrence med de øvrige butikker.

Dagligvarer handles typisk lokalt. Det betyder, at konsekvenserne ved decentralisering er størst for de nærmeste dagligvarebutikker. Kalundborg har en stor koncentration af varehuse, supermarkeder, discountbutikker mv. Samlet set omsætter dagligvarebutikkerne i Kalundborg bymidte for i størrelsesordenen 430 mio. kr. pr. år. Der skal således en betydelig omfordeling til for at skabe ubalance i dagligvarestrukturen i Kalundborg.

Hvis en af de centrale dagligvarebutikker alligevel lukker i Kalundborg som følge af en decentralisering af dagligvarehandlen vil det få betydninger for de øvrige funktioner i bymidten. COWIs kundeundersøgelser i andre kommuner har vist, at kunderne kombinerer køb af både dagligvarer og udvalgsvarer i 10-20 % af turene til bymidten. Med ca. 500 daglige kunder i en typisk discountbutik svarer det til, at en discountbutik generere ca. 50-100 daglige kunder i de nærmeste udvalgswarebutikker. Hvis det antages, at et



/Placering af muligt nyt lokalcenter eller et område til en enkeltstående butik langs Røsnæsvej.

2 EKSEMPLER PÅ EFFEKTER VED NYE DAGLIGVAREBUTIKKER UDEN FOR BYMIDTEN

En discountbutik i den vestlige del af Kalundborg ved Røsnæsvej vurderes umiddelbart at have et eget lokalt forbrugsgrundlag. Med en årlig omsætning på i størrelsesordenen 30-40 mio. kr. og en synlig og central placering vurderes en ny butik at få afgørende konsekvenser for den mindre dagligvarebutik på Gl. Nyrupvej i Raklev. Omsætningen i den nye butik vurderes dels at blive hentet fra butikken i Raklev, og dels fra de nærmeste dagligvarebutikker i bymidten.

En discountbutik ved Stejlhøj med en årlig omsætning på ca. 30-40 mio. kr. pr. år vurderes at hente i størrelsesordenen 70-80 % eller ca. 20-30 mio. kr. pr. år fra butikker i Kalundborg – særligt discountbutikkerne i den østlige ende. Butikken vil typisk henvende sig til kunder, der er på vej hjem fra arbejde. De resterende 20-30 % eller ca. 10 mio. kr. vurderes at blive hentet fra butikker i de øvrige dele af Kalundborg Kommune.

gennemsnitligt køb pr. kunde i en udvalgswarebutik er ca. 200 kr. svarer det til, at en discountbutik generere omsætning for i størrelsesordenen 3-6 mio. kr. pr. år i udvalgswarebutikkerne. Groft sagt holder en discountbutik i bymidten således liv i 1-2 små udvalgswarebutikker. Det reelle tab for udvalgswarebutikkerne må også indebære, at der ganges en risikofaktor på. Risikofaktoren udtrykker sandsynligheden for, at varerne vil blive købt i en anden by eller på nettet.

Uanset en mulig placeringen langs Røsnæsvej eller Esbern Snaresvej vil en ny discountbutik få store konsekvenser for den eksisterende butik i Raklev. Konsekvenserne afhænger særligt af trafikale forhold, den faktiske placering og det lokale opland. På den anden side kan en dagligvarebutik nærmere bymidten få konsekvenser for de eksisterende dagligvarebutikker i Kalundborg. Spørgsmålet om de konkrete effekter vil skulle vurderes nærmere ved en analyse af den aktuelle discountbutik, kortlægning af den eksisterende omsætning, køretider på vejnettet, adgangen for boligområder mv. En dagligvarebutik ved Røsnæsvej vurderes ikke umiddelbart at få betydelige konsekvenser for udvalgswarehandlen, men det kommer meget an på det enkelte butiksprojekt.

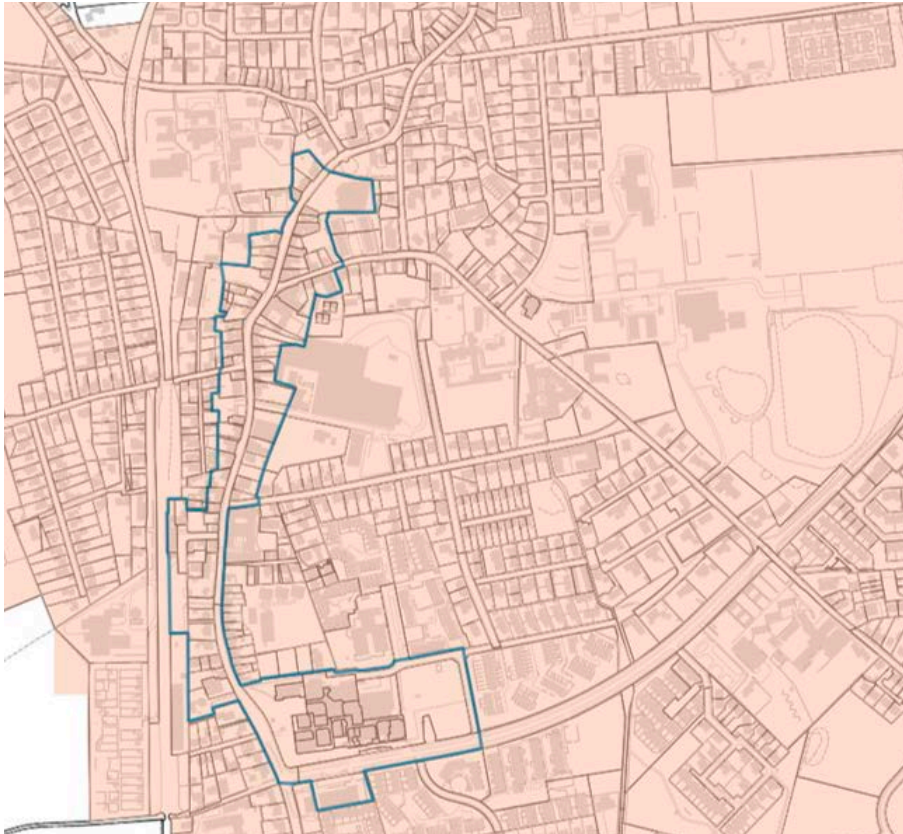
HØNG

Bymidteafgrænsningen i Høng er relativt udstrakt med Høng Centret i den sydlige del og Hovedgaden mod nord. Butikkerne i Høng Centret tæller tre store dagligvarebutikker foruden en række kædebutikker og specialbutikker. Det vurderes, at de mest attraktive beliggenheder i Høng er ved centret. Detailhandlen på Hovedgaden er begrænset til få butikker og andre funktioner, der hovedsageligt ligger i den nordlige del ved Euro Spar.

For at styrke detailhandlen i Høng anbefales det at styrke koncentrationen. En tæt blanding af dagligvarebutikker, udvalgswarebutikker og øvrige funktioner kan give en positiv synergieffekt. Erfaringsmæssigt vil flere butikker på samme sted øge områdets attraktivitet – og dermed er der grundlag for mere omsætning i butikkerne. Derfor anbefales det at styrke koncentrationen af detailhandlen omkring Høng Centret. Det kan undersøges, om Høng Centret på sigt kan udvides.

Det er muligt, at nogle af lokalerne langs Hovedgaden kan anvendes til andre formål end butikker, eller til nye butiksværksættere. Der kan arbejdes med at tiltrække nye funktioner ved at holde huslejen på et lavt niveau. Spredning af handelslivet til områder uden for bymidten vil betyde, at kundestrømmene bliver mindre koncentrerede, og at synergien mellem dagligvare- og udvalgswarebutikker mindskes.

Som et led i koncentrationen anbefales det at fastholde bymidteafgrænsningen i Høng. Nye og større butikker vil naturligt søge efter en placering i Høng Centret. Hovedgaden kan fastholdes som mulighed til eventuelle mindre, lokale og nye butikker, der ikke kan betale huslejen i Høng Centret. Det anbefales også, at der ikke udlægges enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning. Butikker i udkanten af Høng vurderes i høj grad at blive direkte konkurrenter til butikkerne i Høngs bymidte.



/Bymidteafgrænsning i Høng.



/Bymidteafgrænsning i Gørlev.



/Bymidteafgrænsning i Ubby-Jerslev.

/Bymidteafgrænsning i Havnsø.



/Bymidteafgrænsning i Svebølle.



GØRLEV, UBBY-JERSLEV, HAVNSØ OG SVEBØLLE

Bymidteafgrænsningen i Gørlev, Ubbby-Jerslev og Svebølle har en god og koncentreret udstrækning. Inden for de eksisterende afgrænsninger er der plads til yderligere udvikling. Eventuelle udvidelser bør kun ske, hvis nye konkrete butiksp projekter rækker ud over den eksisterende afgrænsning, men stadig har en sammenhæng til det eksisterende butiksmiljø. For at styrke detailhandlen anbefales det at fastholde bymidteafgrænsningerne og at undgå al udbygning med særligt dagligvarer i udkanten af byen. Spredning af dagligvarehandlen kan betyde, at bymidterne vil blive udfordret og at butikkerne risikerer at lukke. Lukning af butikker i bymidten vil reducere bosætningskvaliteterne i byerne.

REERSØ OG TURISTOMRÅDER

Reersø og de fleste andre turistområder i Kalundborg er ikke forsynet med en større dagligvarebutik. Det kan være vanskeligt at drive en større dagligbutik på en rentabel måde i områder, der overvejende er baseret på sommerhusgæster og andre turister. Desuden antages det, at mange sommerhusgæster køber stort ind på vej på ferie eller i løbet af ferien. Det kræver butikker med fuldt sortiment og med gode forhold for kundevogne. De store sæsonudsving og fraværet af daglige kunder i vinterhalvåret betyder, at der skal mange sommerhusgæster til at holde liv i en dagligvarebutik.

Opgørelser fra Visit Danmark viser, at en turist bruger i størrelsesordenen 175 kr. pr. dag i butikkerne. Det svarer i store træk til forbruget fra fastboende. Hvis der regnes med, at sommerhusene er beboet i sammenlagt 4 måneder om året svarer 4-5.000 sommerhusgæsters forbrug til omsætningen i en gennemsnitlig dagligvarebutik på 1.000 m². Så store sommerhusområder findes ikke i Kalundborg Kommune. Som udgangspunkt anbefales det derfor at fastholde detailhandlen i sommerhusområderne med mindre campingbutikker og andre sæsonorienteret butikker. Hvis der er aktører, der gerne vil etablere en butik i sommerhusområderne, er der muligheder for at etablere fritliggende butikker i henhold til planlovens bestemmelser om detailhandel. En dagligvarebutik vil styrke handelslivet og øge attraktionen i turistbyerne.

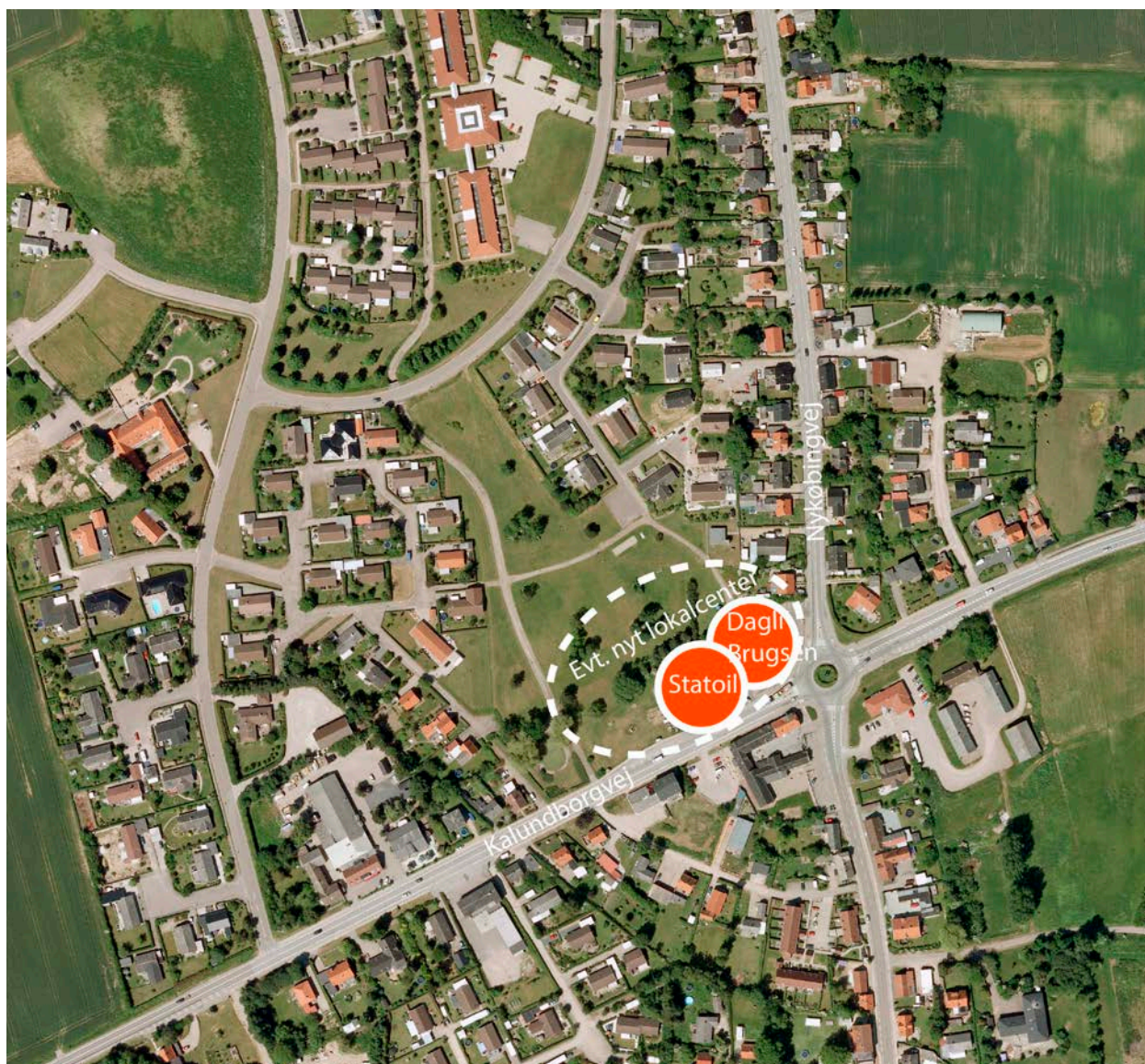
SNERTINGE

Mange danske byer er udfordret med lukning af den sidste dagligvarebutik. I Snertinge er der kun få butikker tilbage, herunder få dagligvarebutikker ved Kalundborgvej. Butikkerne har allerede i dag svære betingelser med små og utidssvarende lokaler, konkurrencen med discountbutikkerne mv. For at imødekomme udviklingen med eventuelle butikslukninger kunne det overvejes at etablere et lokalcenter eller en bymidte

ved rundkørslen ved Kalundborgvej. Det kan måske tiltrække en ny dagligvarebutik eller understøtte udvikling af de eksisterende butikker. Der bor ca. 1.000 personer i Snertinge og ca. 400 personer i Føllenslev, der ligger ca. 1-2 km nordvest for Snertinge. Rundt om Snertinge ligger desuden flere mindre landsbyer som Hjembæk, Krohuse, Skippinge og Skelbæk.

Der er ikke udlagt en bymidte i Snertinge, og de vigtigste butikker er netop dagligvarebutikkerne. Et lokalcenter eller en bymidte som vist på kortet vil sende et signal til potentielle investorer om, at Kalundborg Kommune prioriterer dagligvarehandel i Snertinge. Et lokalcenter med en god placering, den rette fysiske udformning, god tilgængelighed og med få grundejere kan være faktorer for at tiltrække investeringer i detailhandlen i Snertinge.

En anden mulighed kan være, at de eksisterende butikker går sammen om at udvikle området til et moderne og tidssvarende område med en ny og større butik med tilhørende tankanlæg. Et andet scenario kan være, at en konkurrerende kæde køber matriklerne med tilhørende bygninger. Kæden vil typisk nedrive de eksisterende bygninger for at etablere en ny discountbutik, der passer i kædens koncept for indretning, udseende mv. Der er flere eksempler på, at kæderne også etablerer tilhørende tankanlæg og andre funktioner som apotek, take-away mv. En sådan udvikling kan gavne bosætningen i Snertinge og imødekomme en eventuel butiksdød.



ANBEFALINGER

Detailhandlen i Kalundborg Kommune har potentiale til at udvikles i en retning, der får endnu flere kunder til at handle i byerne inden for kommunegrænsen. Det kræver både en aktiv fysisk planlægning, samarbejde med detailhandlens parter og planlægning ud fra kundens behov og ønsker. Anbefalingerne er opdelt til Kalundborg Kommune og handelstandsforeningerne.

ANBEFALINGER TIL KALUNDBORG KOMMUNE

1. TILGÆNGELIGHED TIL BUTIKSMILJØET

Kunderne bliver mere mobile og er i højere grad villige til at køre efter det rigtige udbud. Derfor vil kunderne fremover også fokusere endnu mere på parkeringsfaciliteterne og adgangen til butikkerne.

- › I de mindre centerbyer anbefales det at etablere og udvikle parkeringen meget centralt i byen. Der bør være korte afstande fra parkeringspladsen til bymiljøet. Byens butikker og øvrige byliv skal vise sig med det samme, når kunden ankommer. Det er også vigtigt, at kunden er sikker på, at der er en fri p-plads, og at skiltningen til p-pladserne er god og tydelig.
- › I Kalundborg anbefales det især at styrke forbindelserne fra de centrale parkeringspladser til Kordilgade. Det kan eksempelvis gøres med bedre skiltning, mere åbne og lysere forbindelser eller ved at åbne butikker og andre funktioners facader op mod "slipperne".
- › Det anbefales at undersøge mulighederne for at etablere en mere østlig fodgængerforbindelse fra parkeringspladserne til Kordilgade. Målet er at styrke fodgængerflowet i den østlige del af gaden.

2. KONCENTRÉR DETAILHANDLEN CENTRALT I BYEN

Samling af bylivsfunktionerne centralt i byen giver visuel og fysisk sammenhæng til glæde for kunderne og butikkerne.

- › I Høng anbefales det, at nye og evt. eksisterende funktioner samles i og omkring den del af Hovedgaden, der er tættest på Høng Centret. I Gørlev og Ubby-Jerslev er der en god koncentration, som det anbefales at fortsætte med at udvikle. I Svebølle anbefales det at flytte funktionerne helt tæt sammen, så der opnås den størst mulige koncentration.
- › I Kalundborg anbefales det også at koncentrere detailhandlen. Det kan gøres ved at flytte funktionerne mere centralt sammen. Det er vigtigt at udvikle bymidten indefra og ud. Store butikker, der ikke kan indpasses i bymidten kan placeres uden for bymidten.

3. ROLLEFORDELING MELLEM STEJLHØJ OG KALUNDBORG BYMIDTE

En klar rollefordeling mellem områderne sikre diversiteten i butiksudbuddet og imødekommer unødigt konkurrence. Ved Stejlhøj kan der eksempelvis være butikker med særligt pladskrævende varegrupper, der ikke umiddelbart kan indpasses i bymidten. Alle andre butikker og funktioner kan søges indpasset i bymidten. Dagligvarehandel genererer også kunder i udvalgswarebutikkerne og de øvrige byfunktioner. Derfor anbefales det at undgå at placere en ny dagligvarebutik ved Stejlhøj. Synergien mellem bymidten og Stejlhøj kan øges ved bedre skiltning, fælles markedsføring, samarbejde, fælles åbningstider mv.

4. UDVIKLING AF BOLIGER I BYMIDTEN

Boliger i bymidten er med til at understøtte efterspørgslen i butikkerne.

- › Det bør afdækkes, hvilken (udækket) efterspørgsel der er på boliger i bymidten. Det kan f.eks. gøres ved kontakt til ejendomsmæglere, større virksomheder i kommunen, ældresagens lokalafdeling mv. Behovet for boligudbygning kan underbygges med kommunens befolkningsprognose.
- › Mulige investorer kan med fordel identificeres. Investorer kan både være private grundejere i bymidten, almene boligselskaber eller byggefællesskaber, hvor kommende

beboere i fællesskab køber en grund og med relevant bistand får tegnet den kommende beboelsesejendom. Simple investeringsbudgetter kan vise, hvilke boliger der kan udvikles på markedsvilkår og af hvilke aktører.

5. UDVIKLING AF PUBLIKUMSFUNKTIONER

For at tiltrække Kalundborg-borgerne og de, der arbejder i Kalundborg, til butikkerne bør der være et varieret udbud af publikumsfunktioner. Der kan f.eks. arbejdes med at skabe koncentrerede cafémiljøer, legepladser i byen eller andet. Offentlige publikumsfunktioner kan også udgøre en attraktionsværdi, og med et kundeflow til og fra området skaber de også muligheder for detailhandlen.

- › Det anbefales at undersøge mulighederne for at etablere offentlige publikumsfunktioner som kulturhus, turistinformation, bibliotek, sundhedscenter mv. centralt i i Kalundborg. Flere af de eksisterende funktioner kan evt. slås sammen til et nyt center.
- › I de mindre centerbyer anbefales det at undersøge mulighederne for at etablere mindre publikumsfunktioner i enten offentligt eller privat regi. Det kan være biograf, hotel, spisested mv.

6. MULIGHEDER FOR STORE ENHEDER I BYMIDTERNE

Store butikker skaber et stort kundeflow. Kæderne kræver forholdsvis store butikslokaler, gode adgangsforhold for bilister og gode parkeringsområder.

- › Der bør undersøges, hvilke muligheder der er for at indpasse evt. nye store butikker i bymidterne, særligt Kalundborg bymidte.
- › Det anbefales at indgå i en dialog med butikskæderne om mulighederne for store butikker i bymidten. Det er vigtigt at være opmærksom på at placere evt. nye store butikker i sammenhæng med den eksisterende butiksstruktur.

7. PLANLÆG FOR AKTIVE BYMIDTER

Bymidten er mere end butikker. I mindre byer er aktive pladser på centrale steder med til at skabe bylivet. I større byer som Kalundborg er restaurationer, sundhedstilbud mv. også med til at skabe liv og attraktion.



- › I Høng, Gørlev, Svebølle og Ubbby-Jerslev anbefales det at arbejde aktivt med at skabe liv på centrale steder i byen. Byens ankomstpladser bør have flere formål og kan eksempelvis udvides med legeplads, boldbaner, petanque-baner, opholdsarealer med bænke mv. Det er vigtigt at tænke aktiviteterne sammen med butikkerne og parkeringspladserne, så der skabes et synligt byliv centralt i byen.
- › I Kalundborg kan der også arbejdes med at skabe en mere aktiv bymidte. Eksempelvis har Solskinspladsen en unik herlighedsværdi, der kan bringes i spil ved at udvikle gode opholdsrum for børn, unge og ældre. Et andet eksempel er fleksible løsninger med overdækning. Der kan eksempelvis indrettes en plads til mindre koncerter, udeservering mv. om sommeren og parkering om vinteren.

8. TURISTER I KALUNDBORG

Turisterne bidrager både med omsætning og byliv i Kalundborg. Bortset fra de mindre lokale dagligvarebutikker nær sommerhusområderne, vurderes turismens betydning for de øvrige byer at være begrænset. Det anbefales især, at turisterne ledes bedre fra havnen og op til bymidten.

- › Nogle af de fysiske tiltag, der kan arbejdes med, er etablering og opgradering af byrum, at naturen indarbejdes i områderne mellem havnen og bymidten og at der arbejdes med at gøre facaderne indbydende og interessante mv.
- › Nogle af de mere organisatoriske tiltag er at udvikle fortællingen om Kalundborg. Det kan være ved historiske skilte, at bruge belysningen aktivt eller at øge samarbejdet mellem krydstogtrederierne og bymidten.

ANBEFALINGER TIL HANDELSTANDSFORENINGERNE

1. SAMARBEJDE MELLEM DETAILHANDLENS PARTER

Et godt samarbejde mellem kommunen, handelstandsforeningerne, investorerne og kunderne er nødvendigt for at skabe de bedste rammer for detailhandlen.

- › I de mindre centerbyer anbefales det at indgå i en konstruktiv dialog om detailhandlens behov og potentialer. Det er afgørende, at de handelsdrivende også selv yder en indsats, som kommunen kan støtte op omkring. Det kan eksempelvis være afholdelse af lokale madmarkeder eller andre events, markedsføring af byens potentialer i forhold til nye tilflyttere eller alternative anvendelser af de tomme butikslokaler.
- › I Kalundborg er det også vigtigt med aktiviteter i byen, herunder større og mindre events. Der kan også etableres en aktiv dialog med butiksejerne og andre investorer om eksempelvis mulige renoverings- eller omdannelsesprojekter, potentialerne ved at udleje butikslokaler til andre formål og lejeniveauet i det hele taget.

2. STYRK SERVICENIVEAUET

Serviceniveauet bliver et endnu vigtigere konkurrenceparameter, hvis de fysiske butikker skal konkurrere med den stigende internethandel og de andre stærke handelsbyer. Undersøgelser viser, at forbrugerne er villige til at køre langt efter de bedste butikker med det højeste serviceniveau. Uddannelse af butiksdrivende, attraktiv indretning af lokalerne og fokus på sanseoplevelserne er nogle af tiltag, som handelstandsforeningerne kan bidrage med.

3. FÆLLES ÅBNINGSTIDER

Handelstandsforeningerne kan sørge for at sikre ens åbningstider i alle butikkerne. På den måde ved kunderne, hvornår hele bymidten har åben. Det er vigtigt at have åbent når kunderne har fri. Det kan overvejes, om åbningstiderne kan udvides i tidsrum, hvor kunderne har fri.

4. FASTHOLD OG STYRK DET GODE DAGLIGVAREUDBUD I ALLE BYERNE

Stort set alle byerne i Kalundborg Kommune har stadig egen dagligvareforsyning. Det er vigtigt for lokalsamfundet at fastholde den daglige forsyning. Når den sidste butik lukker i en by har det store konsekvenser for både bylivet, den lokale dagligvareforsyning, boligpriserne og attraktiviteten som bosætningsby. For at de lokale købmænd kan overleve er der behov for lokal opbakning. Der er også behov for at støtte op om de store dagligvarebutikker, der har en stor betydning for de øvrige butikker.

- › Der kan med fordel etableres samarbejde mellem de lokale købmænd og lokale producenter. Det er vigtigt at få fortalt de gode historier. Det anbefales at understøtte samarbejde mellem mindre dagligvarebutikker som bager, slagter, blomsterbutik mv. i de mindre byer. Butikkerne er afhængige af hinanden og er ikke konkurrenter.
- › De store dagligvarebutikker genererer et stort fodgængerflow til glæde for de omkringliggende udvalgswarebutikker. Det er vigtigt at støtte op om de store dagligvarebutikker, eksempelvis med gode p-forhold og liv omkring butikkerne i form af aktive byrum og pladser mv. En vedvarende dialog er afgørende.
- › Det anbefales generelt at understøtte de eksisterende dagligvarebutikker, så de får de bedst mulige rammer. Der kan arbejdes med at udvikle dagligvarebutikkerne med udvidelser, nye placeringer mv. Det vigtigste er at undgå en udflytning af dagligvarebutikker til andre kommuner. Der kan også arbejdes med at tiltrække nye dagligvarebutikker.

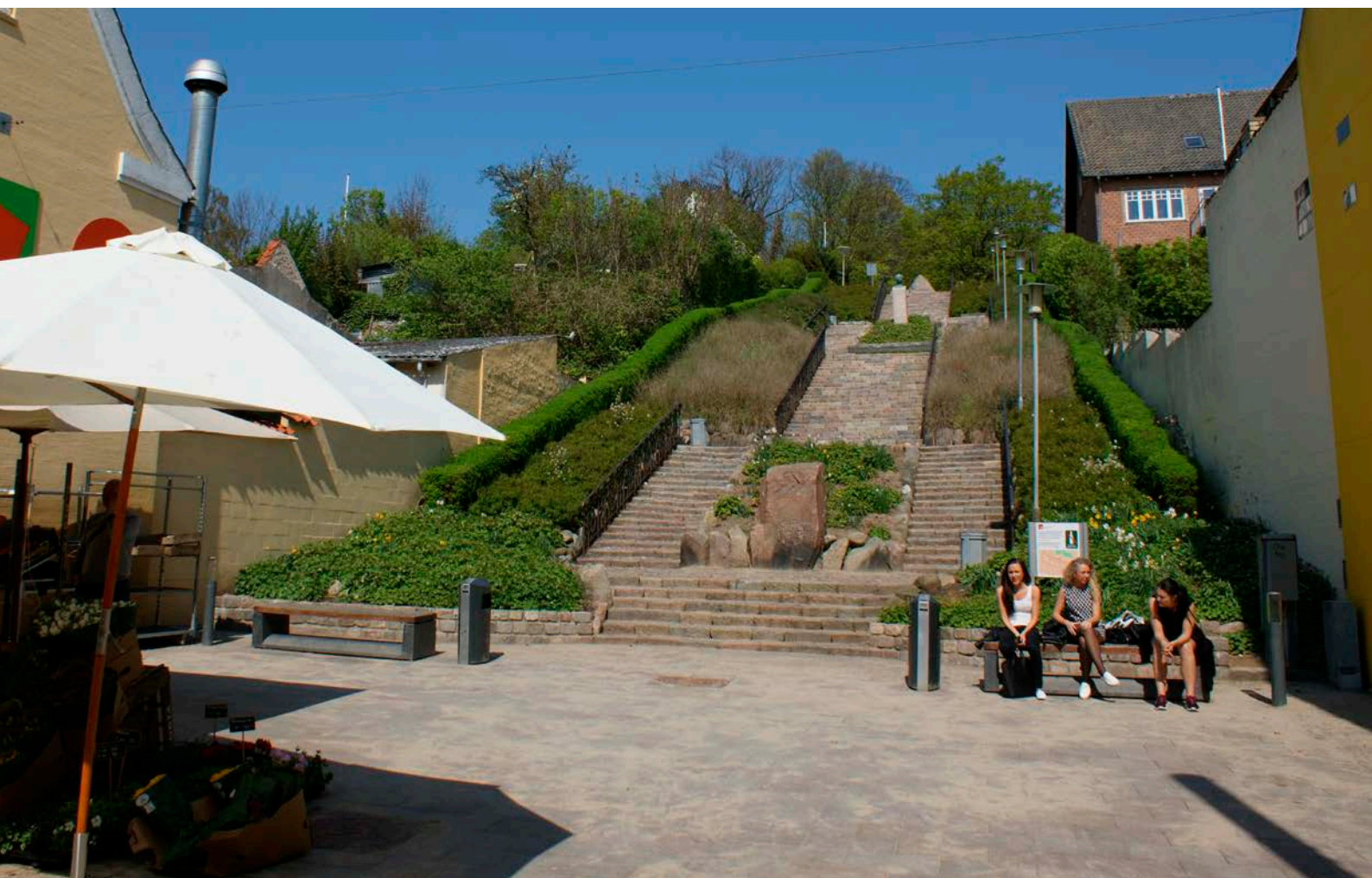
5. FÅ FLERE BUTIKKER MED EN HØJ ATTRAKTION

Kunderne er villige til at køre efter de bedste butikker. Derfor anbefales det både at øge attraktiviteten af de eksisterende butikker og at tiltrække nye og attraktive butikker. Det er særligt vigtigt for Kalundborg, der er i konkurrence med andre større byer som Holbæk, Slagelse og Ringsted.

- › Attraktive butikker kan tiltrækkes ved at skabe de bedste lokaler med den rette størrelse og attraktive og spændende facader. Det anbefales at gå i dialog med en række af de kædebutikker, der mangler i Kalundborg i dag.
- › De eksisterende butikker kan også højne deres egen kvalitet. Simple tiltag som krukker, rene facader, indbydende udearealer, et højt serviceniveau mv. er med til at skabe attraktive butikker uden de store omkostninger til fysisk omdannelse.

6. SAMARBEJDE MED TURSIMEFORENINGER, KRYDSTOGTSELSKABER MV.

Handelstandsforeningerne kan samarbejde med turistforeningerne og krydstogtselskaberne om særlige events, rabatter, bykort eller andet der skaber synergi mellem turismen og handelslivet. Nogle af de mere organisatoriske tiltag er at udvikle fortællingen om Kalundborg. Det kan være ved historiske skilte, at bruge belysningen aktivt eller at øge samarbejdet mellem krydstogtrederierne og bymidten.



ORDFORKLARING

BUTIK

En butik er et fast forretningsendehed, hvorfra der sælges varer til private, dvs. slutbrugeren. I henhold til Planlovens regler om detailhandel betragtes også forretninger, hvorfra der sker udlejning af fx 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 fx 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, babyudstyr, stof og børnetøj.

Øvrige udvalgsvarer

Udvalgsvarer er fx 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

Under pladskrævende varegrupper hører biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt i særlige tilfælde møbelbutikker, der alene forhandler 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 kapital-kæde, 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, El-giganten, 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 retningslinier 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 fx 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 butiksdrevende, 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. Fx 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 for høj omsætning i dagligvarebutikkerne. Inden for udvalgsvarer vil fx omsætningen i byggemarkeder vil blive for stor, hvis ikke tømmerhandelsdelen 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).

Lavprisvarehus

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 fødevaresortiment. Selvbetjening, men høj grad af service. Flere betjente afdelinger f.eks. med slagtervarer, kioskvarer mv. (F.eks. Super Best, Super Brugsen eller Euro Spar).

Discountbutik

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

Minimarked

Fødevarebutik med fuldt fødevaresortiment, dog med ringe dybde, for eksempel på området fersk kød. (Kwik Spar, Lokal Brugsen, Nærkøb, Letkøb).

Kiosk

Mindre butikker der sælger aviser, blade, tobak, konfektur, drikkevarer og et begrænset antal fødevarer. (Kort & Godt, DSB, 7-eleven, tankstationer).

UDDRAG AF PLANLOVENS DETAILHANDELSBESTEMMELSER

Planlovens seneste detailhandelsbestemmelser trådte i kraft 4. april 2013. 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 butiksformål i et lokalcenter må ikke overstige 3.000 m².

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 3.500 m² for dagligvarebutikker og 2.000 m² for udvalgswarebutikker - dog maksimalt 1.000 m² i lokalcentre og for enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning.

BRANCHEFORTEGNELSE

BRANCHEFORTEGNELSE	
DAGLIGVARER	DETAILHANDEL MED COMPUTERE, YDRE ENHEDER OG SOFTWARE
FREMSTILLING AF FRISKE BAGERIPRODUKTER	DETAILHANDEL MED TELEKOMMUNIKATIONSUDSTYR
KØBM/ÆND OG DØGNKIOSKER	RADIO- OG TV-FORRETNINGER
SUPERMARKEDER	FARVE- OG TAPETFORRETNINGER
DISCOUNTFORRETNINGER	BYGGEMARKEDER OG VÆRKTØJSMAGASINER
ANDEN DETAILHANDEL FRA IKKE-SPECIALISEREDE FORRETNINGER	DETAILHANDEL MED TÆPPER, VÆGBEKLÆDNING OG GULVBELÆGNING
FRUGT- OG GRØNTFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED ELEKTRISKE HUSHOLDNINGSAPPARATER
SLAGTER- OG VIKTUALIEFORRETNINGER	MØBELFORRETNINGER
FISKEFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED KØKKENUdstyr, GLAS, PORCELÆN, BESTIK, VASER, LYSESTAGER MV.
DETAILHANDEL MED BRØD, KONDITION- OG SUKKERVARER	FORHANDLERE AF MUSIKINSTRUMENTER
DETAILHANDEL MED DRIKKEVARER	DETAILHANDEL MED BELYSNINGSARTIKLER SAMT HUSHOLDNINGSARTIKLER I.A.N.
TOBAKSFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED BØGER
ANDEN DETAILHANDEL MED FØDEVARER I SPECIALFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED MUSIK- OG VIDEOOPTAGELSER
SERVICESTATIONER	FORHANDLERE AF SPORTS- OG CAMPINGUDSTYR
APOTEKER	CYKEL- OG KNALLERTFORRETNINGER
DETAILHANDEL MED MEDICINSKE OG ORTOPÆDISKE ARTIKLER	DETAILHANDEL MED SPIL OG LEGETØJ
DETAILHANDEL MED KOSMETIKVARER OG PRODUKTER TIL PERSONLIG PLEJE	LÆDERVAREFORRETNINGER
BLOMSTERFORRETNINGER	DYREHANDEL
UDLEJNING AF VIDEOBÅND OG VIDEODISKS	DETAILHANDEL MED URE, SMYKKER OG GULD- OG SØLVVARER
	OPTIKERE
BEKLÆDNING	FOTOFORRETNINGER
ANDEN DETAILHANDEL FRA IKKE-SPECIALISEREDE FORRETNINGER	FORHANDLERE AF GAVEARTIKLER OG BRUGSKUNST
DETAILHANDEL MED KJOLESTØFFER, GARN, BRODERIER MV.	KUNSTHANDEL OG GALLERIVIRKSOMHED
TØJFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED ANDRE VARER I.A.N.
BABYUDSTYRS- OG BØRNETØJSFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED BRUGTE VARER I FORRETNINGER
SKOTØJSFORRETNINGER	DETAILHANDEL FRA POSTORDREFORRETNINGER
DETAILHANDEL MED BRUGTE VARER I FORRETNINGER	REPARATION AF ANDRE VARER TIL PERSONLIGT BRUG OG HUSHOLDNINGSBRUG
ØVRIGE UDVALGSVARER	SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VARER
EL-INSTALLATION	DETAILHANDEL MED PERSONBILER, VAREBILER OG MINIBUSSE
VVS- OG BLIKKENSLAGERFORRETNINGER	ENGROS- OG DETAILHANDEL MED CAMPINGKØRETØJER, SMÅ TRAILERE MV.
UDFØRELSE AF GULVBELÆGNINGER OG VÆGBEKLÆDNING	FORHANDLERE AF LYSTBÅDE OG UDSTYR HERTIL
GLARMESTERVIRKSOMHED	PLANTEFORHANDLERE OG HAVECENTRE
DETAILHANDEL MED RESERVEDELE OG TILBEHØR TIL MOTORKØRETØJER	PLANTEFORMERING
SALG, VEDLIGEHOLDELSE OG REPARATION AF MOTORCYKLER OG RESERVEDELE OG TILBEHØR HERTIL	ENGROSHANDEL MED TRÆ, TRÆLAST OG BYGGEMATERIALER

