

TKD PROJEKT A/S

## REDEGØRELSE FOR ET NYT AFLASTNINGSOMRÅDE VED VIBEGÅRDSCENTRET I RØNNE

DETAILHANDELSREDGØRELSE



PROJEKTNR.

A119372-001

DOKUMENTNR

1

VERSION

1.0

UDGIVELSESDATO

17.12.2018

BESKRIVELSE

Detailhandelsredgørelse

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

FRSR

GODKENDT

FRSR

## INDHOLD

1	Baggrund og formål	3
2	Projektområde og eksisterende plangrundlag	4
3	Eksisterende center- og butiksstruktur	6
4	Redegørelseskrav ved planlægning for et nyt aflastningsområde	9
5	Trafikal tilgængelighed	10
6	Sammenhæng med kommuneplanen	11
7	Oplandet til et aflastningsområde i Rønne	12
8	Udviklingen i forbruget og arealbehovet i oplandet	13
9	Behovet for yderligere areal til udvalgswarebutikker	16
10	Omsætningen i den nye detailhandel	20
11	Effekter for den eksisterende udvalgswarehandel	21
12	Vurdering af priseffekt	23
13	Sammenfattende konsekvensvurderingsskema	24
14	Ordforklaring	25

## 1 Baggrund og formål

TKD Projekt A/S ønsker at anvende et areal ved Vibegårdscentret i Rønne til en ny stor udvalgswarebutik og har bedt COWI om at redegøre for planlægningen for et nyt aflastningsområde. I dag er der skov på arealet, som ligger i direkte tilknytning til Vibegårdscentret. Vibegårdscentret består af udvalgswarebutikkerne Jysk og Maxi Zoo, dagligvarebutikkerne Netto og Konditor Bageren samt en tankstation.

Projektområdet ligger ved det overordnede vejnet med god synlighed fra rundkørslen og er kendetegnet ved en høj fremkommelighed og god tilgængelighed for bilister. Beliggenheden er attraktiv for en række udvalgswarebutikskæder, som ikke findes på Bornholm i dag. Med etableringen af en ny stor udvalgswarebutik på arealet kan en del af vækstpotentialet for Bornholms detailhandel udnyttes. Det vurderes, at borgernes nethandelsandel kan reduceres, og at en større del af handlen kan holdes hjemme i Bornholms Regionskommune.

Projektområdet ligger i den nuværende planlægning udenfor centerstrukturen. Vibegårdscentret er udlagt som lokalcenter. Etablering af udvalgswarebutikken i projektområdet forudsætter, at det nuværende lokalcenter erstattes af et aflastningsområde, der også omfatter projektområdet.

### FORMÅLET MED NOTATET

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

### DATAGRUNDLAG

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

- > Bornholms Regionskommunes gældende befolkningsprognose fra 2018.
- > Detailhandelsanalysen fra 2014 med bruttoetagearealer fra 2014 og omsætningstal for 2013. Omsætningstallene er fremskrevet til 2018 og data om den eksisterende detailhandel er opdateret for så vidt angår væsentlige ændringer i butiksstrukturen indenfor hovedbrancherne øvrige udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper.

Omsætningstal er anført i 2018-priser og inkl. moms medmindre andet er angivet.

Der findes en ordforklaring til sidst i notatet.

## 2 Projektområde og eksisterende plangrundlag

TKD Projekt A/S ønsker, at der tilvejebringes et plangrundlag, så der kan etableres en ny udvalgswarebutik på op til 3.000 m<sup>2</sup> ved Vibegårdscentret i Rønne. Den nye butik har et koncept og en størrelse, der ikke kan indpasses i en bymidte.

Projektområdet, hvor der ønskes mulighed for den nye udvalgswarebutik, er vist med orange på figur 1. Projektområdet er et ubebygget landzoneareal omfattet af Lokalplan nr. 029, der er en temalokalplan om helårsbeboelse. Projektområdet er desuden omfattet af rammeområde 101.B.51 til boligformål. Projektområdet ligger uden for centerstrukturen, og der er i dag ikke mulighed for etablering af detailhandel.

Vibegårdscentret er omfattet af Lokalplan nr. 56 med en arealramme til detailhandel på 3.000 m<sup>2</sup>, rammeområde 101.C.09 til centerformål og et centerområde i form af et lokalcenter med en arealramme til detailhandel på 3.000 m<sup>2</sup>. Den eksisterende detailhandel i lokalcentret har ifølge BBR, og som angivet i tabel 1, et samlet bruttoetageareal på 3.338 m<sup>2</sup>.

Etableringen af den nye udvalgswarebutik på op til 3.000 m<sup>2</sup> forudsætter, at lokalcentret omdannes til et aflastningsområde, som omfatter projektområdet, og som har en arealramme til detailhandel på min. ca. 6.338 m<sup>2</sup> fordelt med min. 1.358 m<sup>2</sup> til dagligvarer og min. 4.980 m<sup>2</sup> til udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper under ét.

EKSISTERENDE OG NY DETAILHANDEL I AFLASTNINGSOMRÅDET				
Butik	Hovedbranche	Bruttoetageareal	Deltotal	Total
Netto	Dagligvarer	1.022 m <sup>2</sup>	1.358 m <sup>2</sup>	6.338 m <sup>2</sup>
Konditor Bageren	Dagligvarer	336 m <sup>2</sup>		
Jysk	Øvrige udvalgsvarer	1.350 m <sup>2</sup>	4.980 m <sup>2</sup>	
Maxi Zoo	Øvrige udvalgsvarer	630 m <sup>2</sup>		
Ny butik	Udvalgsvarer	3.000 m <sup>2</sup>		

*Tabel 1. Eksisterende bruttoetagearealer ifølge BBR og bruttoetageareal af den nye butik.*





Figur 1. Det eksisterende lokalcenter, der omfatter Vibegårdscentret, og projektområdet. Det nye aflastningsområde vil omfatte det grønne og orange område.



### 3 Eksisterende center- og butiksstruktur

I det følgende beskrives omfanget af de eksisterende butikker med udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper på Bornholm og i Rønne. Detailhandelsanalysen fra 2014 angiver omfanget af den eksisterende detailhandel. Bornholms Regionskommune oplyser, at der ikke er sket væsentlige ændringer i butiksstrukturen inden for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper siden detailhandelsanalysens udarbejdelse, hvorfor oplysningerne i detailhandelsanalysen er fyldestgørende som grundlag for nærværende redegørelse.

Til vurderingen af effekterne for den eksisterende detailhandel i afsnit 11 er der gennemført en kortlægning af større butikker med salg af bolig-, have- og fritidsudstyr og udvalgsvareomsætningen er fremskrevet til 2018.

Den eksisterende centerstruktur i Rønne består af Rønne bymidte, fire lokalcentre og et område til særligt pladskrævende varegrupper, som vist på figur 2.

Figur 2. Eksisterende centerstruktur i Rønne.



## BRUTTOETAGEAREAL OG ANTAL BUTIKKER

Rønne er med ca. 50 % af udvalgswarebutikkerne det største udbudspunkt på Bornholm. Overordnet set er udvalgswarehandlen i Rønne karakteriseret ved, at de mindre udvalgswarebutikker, herunder beklædningsbutikkerne, ligger i bymidten mens de større udvalgswarebutikker, herunder butikkerne med boligudstyr, ligger uden for bymidten. Udvalgswarebutikkerne omkring Store Torv er suppleret med Snellemark Centret i den vestlige del af bymidten.

En række store udvalgswarebutikker som IDEmøbler, Thansen, Punkt1, HTH Køkkener samt en række bilforhandlere, ligger ved rundkørslen Aakirkebyvej-Zahrtmannsvej. I Vibegårdscentret, ved rundkørslen Åkirkebyvej-ringvejen, ligger Jysk og Maxi Zoo. De store udvalgswarebutikker vurderes at fungere som aflastning og supplement for bymidtens mere strøgorienterede butiksudvalg og mindre butiksenheder.

Tabel 2 viser, at ca. 60 % af bruttoetagearealet inden for øvrige udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper findes i Rønne.

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

BRUTTOETAGEAREAL ET OMFATTER BUTIKKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, MEN FRATRUKKET PERSONALERUM OP TIL 200 M<sup>2</sup>. I ALLE OPSUMMERINGER ER AREALERNE AFRUNDET TIL HELE 100 M<sup>2</sup>.  
AREAL ET AF VAREHOUSE SOM KVICKLY ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.

Tabel 2. Eksisterende bruttoetageareal som opgjort i 2013.

## OMSÆTNING

Tabel 3 viser, at ca. 61 % af omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer på Bornholm i 2012 skete i Rønne. Omsætningen inden for udvalgsvarer for Bornholm er, under forudsætning af en stabil handelsbalance, beregnet til i størrelsesordenen 770 mio. kr. i 2018.

OMSÆTNING 2012						
BYOMRÅDE	DAGLIG-VARER	BEKLÆDNING	ØV. UD.V. VARER	TOTAL	TOTAL	ANDEL INDBYGGERE
	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	%	%
RØNNE	501	151	377	1.029	50%	34%
NEXØ	179	38	124	341	17%	9%
AAKIRKEBY	125	5-10	37	170	8%	5%
ALLINGE	95	0-5	30	125-130	6%	4%
HASLE	58	0-5	0-5	65	3%	4%
SVANEKE	39	10-15	10-15	61	3%	3%
GUDHJEM	20-25	0-5	10-15	40	2%	2%
SNOGEBÆK	15-20	0	0-5	15-20	1%	2%
ØSTERMARIE	20-25	0	5-10	25-30	1%	1%
KLEMENSKER	40-45	0-5	0	40-45	2%	1%
NYKER	10-15	0	0	10-15	1%	2%
ØSTERLARS	10-15	0	0-5	15-20	1%	1%
TEJN	20-25	0	0	20-25	1%	2%
PEDERSKER	15-20	0	0	15-20	1%	1%
VESTERMARIE	10-15	0	0	10-15	1%	1%
BORNHOLM I ØVRIGT	0-5	27	8	39	2%	30%
I ALT	1.185	242	615	2.042	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 KVICKLY ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.

Tabel 3. Omsætningen i detailhandlen på Bornholm i 2012 i 2012-tal.

### HANDELSBALANCE

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

DÆKNINGSGRAD, HOVEDOPLANDE, 2013					
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UD.V. VARER	I ALT	HANDELS-OVERSKUD (MIO. KR.)
RØNNE (SYDVEST)	135	139	127	133	259
NEXØ (ØST)	122	82	92	106	24
AAKIRKEBY (MIDT)	159	142	55	118	32
ALLINGE (NORD)	129	13	52	85	-38
HASLE (VEST)	120	10	7	63	-64
I ALT (UDEN E-HANDEL)	134	107	105	121	338

DÆKNINGSGRADERNE ER ANONYMISEREDE, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE BUTIKKER I KATEGORIEN.  
 DÆKNINGSGRADERNE UDTRYKKER HANDELSBALANCEN FOR DET ENKELTE OPLAND.

Tabel 4. Handelsbalancer/dækningsgrader for oplandene på Bornholm.



## 4 Redegørelseskrav ved planlægning for et nyt aflastningsområde

Planlægningen for et aflastningsområde forudsætter en redegørelse. To sæt delvist overlappende krav om redegørelse i Planloven skal opfyldes: De almindelige krav ved planlægning for retningslinjer til detailhandel skal opfyldes, ligesom de særlige krav, ved planlægning for aflastningsområder, skal opfyldes.

De almindelige krav fremgår af Planlovens § 11 e, stk. 3 og har følgende hovedindhold:

- 1 Vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel.
- 2 Vurdering af behovet for yderligere detailhandel.
- 3 Vurdering af sammenhængen med målene for detailhandelsstrukturen.
- 4 Oplysning om sammenhængen med målene for den kommunale hovedstruktur.
- 5 Angivelse af tilgængeligheden for de forskellige trafikarter.

De særlige krav til redegørelse for et nyt aflastningsområde fremgår af Planlovens § 11 e, stk. 4 og har følgende hovedindhold:

Der skal redegøres for kundegrundlaget, som etableringen af den nye detailhandel baseres på, og det opland, som aflastningsområdet henvender sig til. Derudover skal redegørelsen indeholde en vurdering af, hvordan udlægningen af aflastningsområdet kan:

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

### 4.1 Vejledningens trin ved redegørelse for planlægning for aflastningsområder

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

- > Step 0 - Vurdering af behov for udvidelse: Afsnit 1.
- > Step 1 - Redegørelse for kundegrundlag og opland samt vurdering af oplandseffekt: Afsnit 7, 8, 11 og 13.
- > Step 2 - Vurdering af aflastningsområdets forventede påvirkning af butiksforsyningen: Afsnit 11.

- > Step 3 - Vurdering af, om aflastningsområdet kan styrke konkurrencen: Afsnit 12.
- > Step 4 - Sammenfattende vurdering og politisk afvejning: Afsnit 13.

## 5 Trafikal tilgængelighed

Arealet ligger ved det overordnede vejnet med god synlighed fra rundkørslen Åkirkebyvej/Søndre Ringvej-Østre Ringvej og er kendetegnet ved en høj fremkommelighed og god tilgængelighed for bilister. Beliggenheden er attraktiv for en række udvalgsvarebutikskæder, som ikke findes på Bornholm i dag.

Årsdøgns trafikken på Åkirkebyvej, i rundkørselens østlige ben, blev i 2013 målt til ca. 10.625 køretøjer. På Østre Ringvej, ca. 900 m nord for rundkørslen, blev årsdøgns trafikken i 2015 målt til ca. 3.275 køretøjer. Tallene viser, at mange bilister dagligt kører forbi arealet.

Der er flere busstoppesteder ved Vibegårdscetret. På tidspunktet for dette notats udarbejdelse har bus 5, 6, 9, 21, 23 og 53 afgang fra stoppestedet.

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

### SAMLET VURDERING

Projektområdets placering ved udkanten af byen betyder, at det fortrinsvist henvender sig til kunder i bil. Det vurderes samlet set, at projektområdet er kendetegnet ved en særdeles god tilgængelighed og fremkommelighed for bilister. Projektområdet er endvidere tilgængeligt for rejsende med kollektiv transport og cyklister og gående.

## 6 Sammenhæng med kommuneplanen

I den gældende Kommuneplan 2013 for Bornholms Regionskommune er der angivet følgende mål for detailhandlen:

- > Kommunalbestyrelsen ønsker en god og dækkende forsyning med detailhandel på hele øen med såvel dagligvarer som udvalgsvarer til gavn for såvel Bornholms borgere som turister.
- > Desuden ønsker kommunalbestyrelsen at udlægge nye arealer til butikker, så der skabes mulighed for øget konkurrence og mulighed for at nye dagligvarekæder kan etablere sig på øen.
- > Og endelig ønsker kommunalbestyrelsen at fremme en decentral udvikling af detailhandlen på Bornholm, idet det vurderes, at opretholdelse af dagligvarebutikker i mindre lokalsamfund først og fremmest forudsætter, at borgerne benytter de lokale butikker.

### Sammenhæng med mål nr. 1

Det ansøgte projekt vil give mulighed for etablering af en ny stor udvalgsvarebutik på Bornholm. Placeringen er attraktiv for en række udvalgsvarekæder, der ikke findes på Bornholm i dag, og det påtænkes netop at etablere en udvalgsvarebutik, som i dag ikke findes på Bornholm. Den nye udvalgsvarebutik vil med sit koncept og varesortiment styrke Rønne som hovedcenterby på Bornholm og give borgerne på hele Bornholm adgang til et større butiks- og vareudbud.

### Sammenhæng med mål nr. 2

Planlægningen for aflastningsområdet ved Vibegårdscentret giver mulighed for etablering af en ny udvalgsvarebutik eller en ny butik med særligt pladskrævende varegrupper. Da der gives mulighed for flere butikker og større butikker, kan planlægningen bidrage til at sætte rammerne for større konkurrence i Bornholms detailhandel.

### Sammenhæng med mål nr. 3

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

### SAMLET VURDERING

Det vurderes samlet set, at planlægningen for et aflastningsområde ved Vibegårdscentret er i overensstemmelse med målene for detailhandlen, som angivet i Kommuneplan 2013 for Bornholms Regionskommune.



## 7 Oplandet til et aflastningsområde i Rønne

Udstrækningen af oplandet til detailhandlen i og ved et aflastningsområde i Rønne er bestemt af fremkommeligheden til både aflastningsområdet og til konkurrerende indkøbssteder. Oplandets udstrækning er også bestemt af attraktiviteten, herunder butiksudbuddet, af de konkurrerende indkøbssteder set ift. attraktiviteten af detailhandlen i og ved aflastningsområdet.

Fremkommeligheden til aflastningsområdet er god, særligt for bilister, og Vibegårdscentret ligger inden for kort køretid for borgerne på Bornholm. Det tager knap 25 min at nå til Vibegårdscentret fra Nexø, godt 25 min fra Svaneke og godt 20 min fra Gudhjem og ca. 25 min fra Allinge-Sandvig.

Der forventes, at der etableres en ny stor udvalgswarebutik på 3.000 m<sup>2</sup> i aflastningsområdet, som derved samlet set vil bestå af tre store udvalgswarebutikker, en stor dagligvarebutik og en mindre dagligvarebutik. Udvalgswarebutikken forventes, på grund af sin størrelse, at sælge bolig-, have- og fritidsudstyr. En kortlægning af detailhandlen på Bornholm i 2014 viste, at knap halvdelen af de øvrige udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper lå i Rønne. En kortlægning af de store udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper indenfor underbrancherne bolig- have- og fritidsudstyr i dec. 2018 viser, at over halvdelen af butikkerne ligger i Rønne.

På baggrund af oplysninger om den nuværende detailhandel på Bornholm, oplysninger om kædernes lokaliseringsønsker og forventningerne til den nye butik, så vurderes det, at oplandet til aflastningsområdet vil udgøres af hele Bornholm.

## 8 Udviklingen i forbruget og arealbehovet i oplandet

I det følgende redegøres for det kundegrundlag, som etableringen af den nye detailhandel baseres på. Derudover redegøres for udviklingen i forbrugsgrundlaget, og hvordan det påvirker grundlaget for de nye butikker. Med udgangspunkt i forbrugsgrundlaget beregnes behovet for yderligere areal til udvalgsvarebutikker på Bornholm.

Særligt udviklingen i indbyggertallet, privatforbruget, nethandlen, handelsbalancen og omsætningen pr. m<sup>2</sup> har betydning for forudsætningerne for den nye detailhandel. Udviklingerne er hver især forbundet med usikkerheder, og der er derfor opstillet et scenarie for udviklingen i borgernes udvalgsvareforbrug i de fysiske butikker.

Scenariet beskriver udviklingen frem mod år 2030, som svarer til en 12-årig planperiode. I vurderingerne af effekterne er der taget udgangspunkt i år 2021, hvor den nye detailhandel forventes etableret og i drift.

Der er i scenariet taget udgangspunkt i følgende udviklinger for Bornholm for perioden 2018-2030:

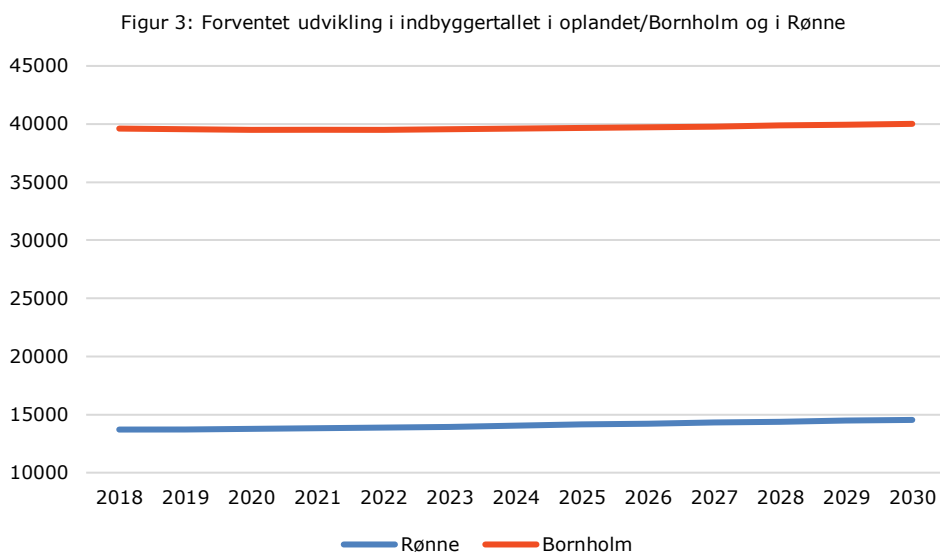
- > En stigning i indbyggertallet på ca. 320 borgere eller ca. 1 % jf. Bornholms Regionskommunes befolkningsprognose.
- > En stigning i privatforbruget på udvalgsvarer pr. indbygger på ca. 3.050 kr. eller 12 % jf. COWIs scenarie for Bornholms Regionkommune.
- > En stigning i handelsbalancen for beklædning fra 107 % til 110 % og en stigning i handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer fra 105 % til 108 %.

Udviklingerne beskrives i de følgende afsnit.

### 8.1 Svag stigning i indbyggertallet på Bornholm

Der bor ca. 39.700 borgere på Bornholm. Ifølge Bornholms Regionskommunes prognose vil indbyggertallet for Bornholm stort set ikke ændre sig frem mod 2030. Der forventes en svag stigning på ca. 320 borgere eller ca. 1 %.

Indbyggertallet i Rønne forventes at stige fra ca. 13.720 borgere til 14.540 borgere eller ca. 6 % frem mod 2030.



## 8.2 Stigende privatforbrug

Ændringer i indbyggertallet fører til ændringer i forbruget. Hvor store ændringerne bliver, afhænger af bl.a. udviklingen i privatforbruget.

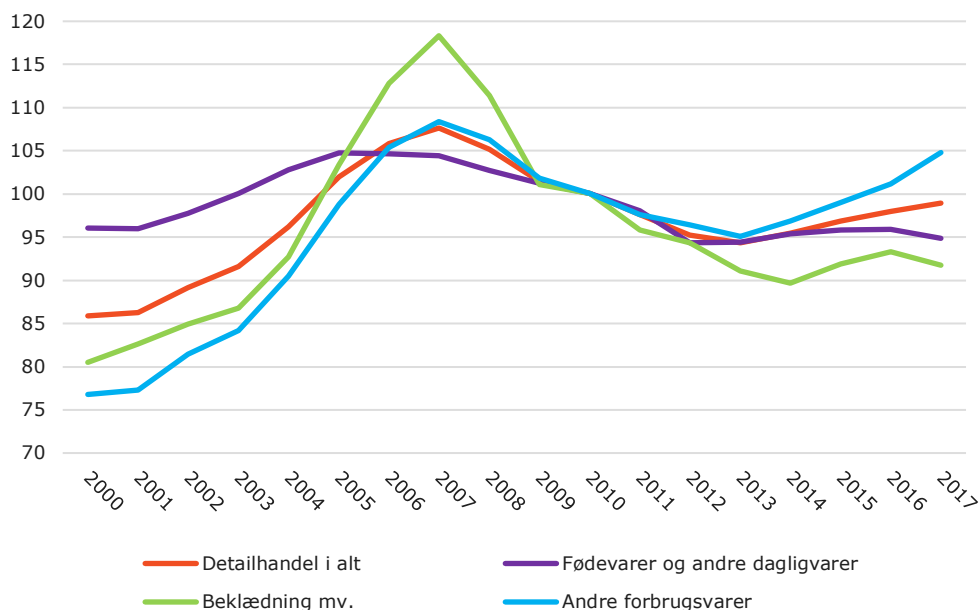
### UDVIKLINGEN I PRIVATFORBRUGET I PERIODEN 2007-2017

Efter 2007, hvor forbruget toppede, var forbrugerne tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise. Især udvalgsvarerhandlen er gået tilbage. Som det fremgår af figur 4, så var tilbagegangen i perioden 2007-2017 størst indenfor beklædning, hvor omsætningen faldt med ca. 22 % på landsplan. Omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer faldt med ca. 3 %. Omsætningen indenfor beklædning ligger i dag lidt under niveauet i 2004. Omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer ligger i dag, efter en relativt stor stigning i perioden 2013-2017, på niveau med 2006.

Omsætningen i detailhandlen nåede et lavpunkt omkring 2013. De seneste tendenser er, at omsætningen i detailhandlen igen stiger. Omsætningen i udvalgsvarerhandlen er siden 2013 steget med knap 7 %, men stigningen er uens fordelt. Omsætningen indenfor beklædning er stort set uændret, mens omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer er steget moderat.



Figur 4: Udviklingen i omsætningen i dansk detailhandel, 2000-2017



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

### DEN FREMTIDIGE UDVIKLING I PRIVATFORBRUGET

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. I den første del af perioden må det forventes, at forbrugsvæksten vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvordan de økonomiske konjunkturer udvikler sig.

Der er i scenariet taget udgangspunkt i en moderat stigning i privatforbruget i perioden 2018-2030, hvilket i store træk svarer til en lidt større vækst end den svage vækst i forbruget de seneste år. Det forudsættes dermed, at udvalgsvarerforbruget, dvs. forbruget af beklædning og øvrige udvalgsvarer under ét, stiger med knap 19 % i perioden 2018-2030.

### 8.3 Samlet vurdering af udviklingen i forbruget

Beregningerne viser, at Bornholmernes samlede årlige udvalgsvarerforbrug i perioden 2018-2030 stiger med ca. 200 mio. kr. eller ca. 23 % fra knap 0,9 mia. kr. i 2018 til ca. 1,1 mia. kr. i 2030.

## 9 Behovet for yderligere areal til udvalgswarebutikker

Hvor stort et arealbehov udviklingen i forbruget i oplandet medfører, afhænger bl.a. af, hvor stor en andel af forbruget, der lægges i netbutikker, om detailhandlen i oplandet vinder markedsandele, og om detailhandlen bliver mere eller mindre effektiv, dvs. om omsætningen pr. m<sup>2</sup> pr. år ændres.

I middelscenariet er der taget udgangspunkt i følgende udviklinger i oplandet for perioden 2018-2030:

- > En stigning i nethandlens andel af udvalgswareforbruget på ca. 14 %-point fra ca. 16 % til ca. 30 % jf. COWIs vurderinger sammenholdt med data fra brancheorganisationer som DIBS by Nets, FDIH m.fl.
- > En stigning i handelsbalancen for beklædning fra 107 % til 110 % og en stigning i handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer fra 105 % til 108 %.
- > En konstant arealintensitet, dvs. omsætning pr. m<sup>2</sup> pr. år, i udvalgswarehandlen.

Udviklingerne i nethandlen, handelsbalancen og arealintensiteten beskrives i det følgende.

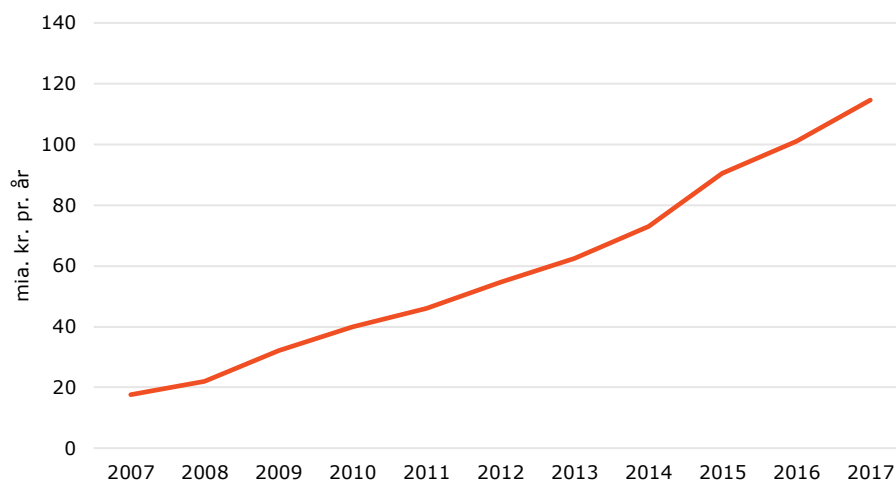
### 9.1 Moderat stigende e-handelsandel med udvalgsvarer

En stadig stigende andel af danskernes forbrug lægges i webshops, og en mindre andel lægges i fysiske butikker.

#### DEN HISTORISKE UDVIKLING I E-HANDLEN

Siden 2009 er danskernes forbrug i netbutikker tredoblet. Alene i 2016 steg e-handlen med ca. 16 %. I 2017 rundede e-handlen 120 mia. kr., hvilket er dobbelt så meget som i 2012. Der flyttes dermed fortsat store markedsandele fra de fysiske butikker til nethandel. Nethandlens voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 blev lagt i internetbutikker. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Nethandlen forventes at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen. De seneste tal peger på, at andelen af nethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj købt online.

Figur 5: Danskernes forbrug online i 2007-2017



Nethandlen er vokset med ca. 100 mia. kr. i perioden 2007-2017, hvilket svarer til en femdobling på 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

### DEN FREMTIDIGE UDVIKLING I E-HANDLEN

Bornholm er ikke i samme grad som landets øvrige kommuner i konkurrence med andre kommuner eller nærliggende stærke handelsbyer. Til gengæld betyder afstanden til større handelsbyer, at nethandlen på Bornholm sandsynligvis er større end de fleste andre steder i Danmark.

I scenariet, der beskriver middelbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen vil vokse moderat. Det forudsættes, at nethandlen vil dække 22 % af beklædningsforbruget i 2030. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det, at nethandlen vil dække 34 % af forbruget. Det svarer til en andel på ca. 30 % for udvalgsvarer under ét.

## 9.2 Stigninger i handelsbalancerne

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

Handelsbalancen ekskl. nethandel for beklædning og øvrige udvalgsvarer i oplandet til det nye aflastningsområde var hhv. 107 % og 105 % i 2013. Handelsbalancerne udtrykker et lille overskud, hvilket skyldes turismen.

Bornholm grænser ikke op til andre konkurrerende kommuner. Derfor vurderes handelsoverskuddet i høj grad at være genereret af turisterne. Detailhandelsstrukturen på Bornholm er kendetegnet ved, at stort set hele øens forbrug i de fysiske butikker bliver lagt i butikker på Bornholm.



Bornholm er Danmarks 9. største turistkommune målt på turismeforbrugets størrelse. Turisme er Bornholms næststørste erhverv, og turismen spiller en stor rolle for detailhandlens udvikling.

I detailhandelsanalysen fra 2014 blev det vurderet, at den årlige meromsætning fra turister i perioden 2013-2025 kunne udgøre op til ca. 20 mio. kr. Der er i de senere år sket en vækst i dansk turisme og Visit Danmarks tal for døgnforbrug viser, at turisterne bruger markant flere penge i detailhandlen end tidligere.

Det vurderes, at væksten i turismen vil påvirke udvalgsvarehandlen på Bornholm positivt. I beregningerne er der derfor forudsat en stigning i handelsbalancen for beklædning fra 107 % til 110 % og en stigning i handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer fra 105 % til 108 %. Det vurderes ikke urealistisk, at handelsbalancerne vil stige yderligere.

### 9.3 Konstant arealintensitet

En del af forbrugstilvæksten sker i form af øget omsætning i eksisterende butikker. Der forventes også at være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

I beregningerne af arealbehovet er det forudsat, at den forventede forbrugstilvækst samlet set medfører et øget behov for butiksareal. Det er i beregningerne af arealbehovet forudsat, at omsætningen pr. m<sup>2</sup> pr. år vil være konstant i perioden 2018-2030.

### 9.4 Samlet vurdering af behov for yderligere areal

Butikkerne, der sælger udvalgsvarer, dvs. beklædningsbutikkerne, de øvrige udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper ekskl. forhandlere af motorkøretøjer, havde et samlet bruttoetageareal på ca. 50.000 m<sup>2</sup> i 2014.

Behovet for yderligere areal er beregnet og vurderet til ca. 3.400 m<sup>2</sup> i 2030.

Der er mulighed for også at medregne behovet for yderligere areal til butikker med særligt pladskrævende varer ved fastsættelsen af arealrammen for udvalgsvarer for et nyt aflastningsområde. Det er vanskeligt at vurdere udviklingen i arealbehovet til bilforhandlere, da denne butikstype appellerer til et stort opland og kan variere meget (salg af brugte/nye biler, stort/lille værksted bredt/smalt sortiment mv.).

BEHOVET FOR YDERLIGERE AREAL TIL UDVALGSVAREBUTIKKER I OPLANDET, 2030		
	<b>Udvikling, absolut</b>	<b>Udvikling, %</b>
<b>Indbyggertal i oplandet</b>	+320 borgere	+1 %
<b>Privatforbrug pr. indbygger</b>	+3.050 kr. pr. år	+12 %
<b>Privatforbrug pr. indbygger i fysiske butikker</b>	+480 kr. pr. år	+3 %
<b>Handelsbalance for oplandet</b>	+2 %-point	+2 %
<b>Arealintensitet i udvalgswarebutikker</b>	uændret	uændret
<b>Behov for yderligere areal</b>	+3.400 m <sup>2</sup>	+7 %
<i>Tabel 5.</i>		

## 10 Omsætningen i den nye detailhandel

Konkret er der ønske om etablering af én ny udvalgsvarebutik på ca. 2.650 m<sup>2</sup>. For at være på forkant med udviklingen og for at sikre den nødvendige fleksibilitet er der dog ønske om en udbygningsramme på 3.000 m<sup>2</sup>.

Der er ønske om, at der for aflastningsområdet fastsættes en minimumsbutiksstørrelse på 750 m<sup>2</sup> pr. ny udvalgsvarebutik og ny butik med særligt pladskrævende varegrupper. Udvalgsvarebutikkerne i Rønne bymidte er gennemsnitligt ca. 265 m<sup>2</sup>. Minimumsbutiksstørrelsen vil sikre en rollefordeling mellem Rønne bymidte og aflastningsområdet.

OMSÆTNING I DEN FORVENTEDE NYE DETAILHANDEL, 2021		
Bruttoetageareal	Arealintensitet	Omsætning
3.000 m <sup>2</sup>	12.500 kr. pr. m <sup>2</sup> pr. år	Ca. 38 mio. kr. pr. år
<i>Tabel 6.</i>		

## 11 Effekter for den eksisterende udvalgsvarehandel

I beregningen af effekterne er der taget udgangspunkt i, at der etableres én udvalgsvarebutik på 3.000 m<sup>2</sup> med en omsætning på ca. 38 mio. kr. i 2021 og 2030. Effekterne er udtryk for en gennemsnitsbetragtning. De konkrete effekter vil afhænge af de konkrete butikker.

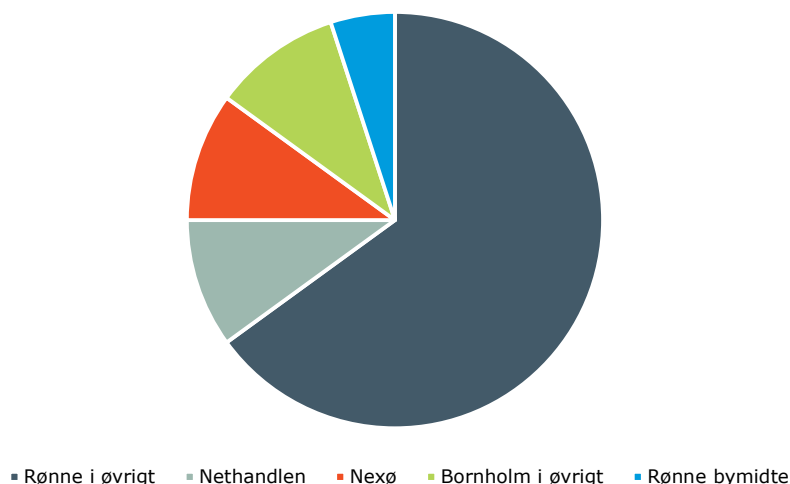
### 11.1 Effekter på kort sigt

Det vurderes, at den nye butik vil hente:

- > ca. 5 % af sin omsætning eller ca. 2 mio. kr. pr. år fra Rønne bymidte svarende til en omsætningsnedgang på ca. 1 %.
- > ca. 65 % af sin omsætning eller knap 25 mio. kr. pr. år fra Rønne by i øvrigt svarende til en omsætningsnedgang på ca. 10 %.
- > ca. 10 % af sin omsætning eller knap 4 mio. kr. pr. år fra Nexø svarende til en omsætningsnedgang på ca. 2 %.
- > ca. 10 % af sin omsætning eller knap 4 mio. kr. pr. år fra det øvrige Bornholm svarende til en omsætningsnedgang på ca. 2 %.
- > ca. 10 % af sin omsætning eller knap 4 mio. kr. pr. år fra nethandlen.

EFFEKTER FOR DEN EKSISTERENDE DETAILHANDEL, 2021			
Område	Nedgang i oms. kr.	Nedgang i oms. i %	Andel af oms. i nye butikker
Rønne bymidte	Knap 2	Ca. 1	Ca. 5
Rønne i øvrigt	Knap 25	Ca. 10	Ca. 65
Nexø	Knap 4	Ca. 2	Ca. 10
Bornholm i øvrigt	Knap 4	Ca. 2	Ca. 10
Nethandlen	Knap 4	-	Ca. 10
<i>Sum</i>	<i>Knap 38</i>	-	<i>100</i>
<i>Tabel 7.</i>			

Hvorfra omsætningen i den nye butik hentes



UDVIKLING I RØNNES OPLANDEFFEKT FOR UDVALGSVARER MED OG UDEN UDVIDELSE					
	År 2018	År 2021 uden udvi- delse	År 2021 med udvi- delse	Ændring	Hentes i na- bokommun- ner
<b>Omsætning (mio. kr. pr. år)</b>	583	583	594	+11	0
<b>Forbrug (mio. kr. pr. år)</b>	251	251	251	-	-
<b>Handelsba- lance (%)</b>	232	232	236	+2	0

Tabel 8.

## 11.2 Effekter på længere sigt

Det forventes, at det årlige forbrugsgrundlag for udvalgsvarer i fysiske butikker på Bornholm stiger med ca. 25 mio. kr. frem mod år 2030. Størstedelen af stigningen kan henføres til forbruget af øvrige udvalgsvarer. Stigningen i forbrugsgrundlaget svarer til at effekterne for de eksisterende udvalgswarebutikker under ét reduceres med knap 75 %.

### EFFEKTER VED UDVISELSE AF SNELLEMARK CENTRET

Der påtænkes på sigt en udvidelse af Snellemark Centret med ca. 3.000 m<sup>2</sup> udvalgswarebutikker. En udvidelse af Snellemark Centret vil have effekter for den eksisterende detailhandel. Rønne bymidte vil øge sin samlede omsætning og samlet set stå stærkere. Udvidelsen af Vibegårdscentret og en evt. senere udvidelse af Snellemark Centret vil desuden have kumulative effekter for den eksisterende detailhandel, herunder de mindre specialbutikker i strøggaderne, som vil afgive omsætning til Snellemark- og Vibegårdscentret.



## 12 Vurdering af priseffekt

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

Det vurderes samlet set, at planlægningen for et aflastningsområde i Rønne kan bidrage til at understøtte hensynet om en effektiv butiksstruktur.

## 13 Sammenfattende konsekvensvurderingsskema

HENSYN	PÅ KORT SIGT (2021)	PÅ LANG SIGT (2030)
<b>Konkurrenceeffekt (step 3)</b>	Udvalgsvarer: 'Lille'	Konkurrenceeffekten forventes ikke anderledes på langt sigt end på kort sigt.
<b>Påvirkning af butiksforsyningen i bymidten, de mindre oplandsbyer og i landdistrikterne (step 2)</b>	Udvalgsvarer: Der flyttes ca. 34 mio. kr. fra oplandet til aflastningsområdet, heraf knap 4 mio. kr. pr. år fra Rønne bymidte.	Butiksforsyningen i bymidten forventes ikke at blive påvirket negativt af aflastningsområdet på langt sigt, da der forventeligt bliver tale om forskellige butikstyper.
<b>Påvirkning af byens samlede oplandseffekt i forhold til nabokommuner (step 1)</b>	Handelsbalancen for udvalgsvarer for Rønne by ekskl. opland forventes at stige fra 232 % til 236 % ved sammenligning af 0-alternativet i horisontåret med en udbygning af lastningsområdet i horisontåret. I beregningen er nethandlen trukket ud fra forbruget.	Udviklingen i handelsbalancen på lang sigt afhænger af udviklingen i bl.a. turismen som forventes at blive positiv. Derfor kan handelsbalancen for Rønne stige yderligere.
<i>Tabel 9.</i>		

## 14 Ordforklaring

### **Arealbehov**

Det beregnede *arealbehov* er et udtryk for, hvor meget detailhandel, der er behov for i et opland. Behovet for yderligere detailhandel ved nybyggeri eller omdannelse til butikksformål beregnes med udgangspunkt i en vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel set i forhold til den forventede udvikling i indbyggertallet, privatforbruget, turismen, omsætningen pr. m<sup>2</sup> og handelsbalancen.

### **Arealramme og udbygningsramme/restrummelighed**

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

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

### **Centerområde**

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

### **Eksisterende bruttoetageareal**

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

### **Forbrugsgrundlag**

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

### **Handelsbalance**

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

### **Kundegrundlag**

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

### **Opland og influensområde**

Borgere i *oplandet* lægger over halvdelen af deres forbrug i oplandet. Borgere udenfor oplandet lægger mindre end halvdelen af deres forbrug i oplandet. Et indkøbsområde kan have forskellige oplande afhængigt af varegruppe.

Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning fra butikker udenfor oplandet. Det totale område som den nye detailhandel henter omsætning fra betegnes som *influensområdet*.

### **Udvalgsvarer og udvalgswarebutikker**

Udvalgsvarer er en fælles betegnelse for varer, som kan anvendes flere gange og gennem en længere periode. Udvalgsvarer er typisk opdelt i "beklædning", dvs. f.eks. tøj og sko og "øvrige udvalgsvarer", dvs. f.eks. legetøj, babyudstyr, elektronik, hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. Hvis en butik, har mere end et ubetydeligt salg af udvalgsvarer, så er den at betegne som en udvalgswarebutik. En møbelbutik,

der sælger møbler (en særligt pladskrævende varegruppe) og øvrige udvalgsvarer, f.eks. lamper, puder og andet boligtilbehør, i mere end et ubetydeligt omfang, er at betegne som en udvalgswarebutik. En butik, der fortrinsvist sælger dagligvarer er at betegne som en dagligvarebutik – uanset om der sker et mere end ubetydeligt salg af udvalgsvarer.

#### **Særligt pladskrævende varegrupper og butikker med særligt pladskrævende varegrupper**

I den tidligere Planlov var listen over særligt pladskrævende varegrupper udtømmende. I den gældende Planlov er listen over særligt pladskrævende varegrupper ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold er i § 5 n, 3) i den gældende Planlov defineret som *f.eks.* motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, møbler, samt ammunition og eksplosiver.

Det fremgår desuden af den nye Vejledning om detailhandelsplanlægning fra 2017, at bestemmelsen ikke omfatter arealudlæg til andre store butikker med mange varer eller butikker, der både forhandler pladskrævende og ikke-pladskrævende varer, som *f.eks.* dagligvarer, tøj, legetøj, babyudstyr, elektronik, tv/radio, edb mv., hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. I byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med særligt pladskrævende varegrupper.