



PLAN 21

Detailhandelsanalyse

Bilag til Forslag til kommuneplan 2009-2021

Indholdsfortegnelse

1. Konklusion, vurderinger og anbefalinger	4
2. Detailhandelen i Vordingborg kommune	13
3. Service og kulturtilbud	19
4. Kultur og service i handelsbyerne	23
5. ICP Shopping Index	26
6. Befolknings og forbrugsforhold	28
7. Handelsbalance	32
8. Kundeinterviewanalyser i Vordingborg, Præstø og Stege bymidter	34
9. Telefoninterviewanalyse	36
10. Bymidteafgrænsning af byerne i Vordingborg kommune	38
11. Tendenser på detailhandelsområdet	40
Bilag 1	
ICP's branchefortegnelse og -gruppering	46
Bilag 2	
Resultat af gennemførte stopinterviewanalyser	48

Plan 21
Detailhandelsanalyse
Bilag til Forslag til kommuneplan 2009-2021
1. udgave, 1. oplag
Vordingborg Kommune
Valdemarsgade 43
4760 Vordingborg
Tlf.: 55 36 36 36
www.vordingborg.dk

Detailhandelsanalysen er udarbejdet af
ICP for Vordingborg Kommune



Redaktion: Udviklingsafdelingen, Vordingborg Kommune
Layout og grafisk produktion: Pihl – grafisk design

PLAN 21

Detailhandelsanalyse

Bilag til Forslag til kommuneplan 2009-2021



1. Konklusion, vurderinger og anbefalinger

Indledning

ICP er af Vordingborg kommune blevet engageret til at udarbejde en detailhandelsanalyse.

Analysen giver en status over detailhandelen i kommunen, som den tog sig ud i sommeren 2008. Denne omfatter bl.a. antallet af butikker inden for hovedbranchegrupper samt antallet af forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper. Desuden er alle butikkeres areal opgjort og data om butikkeres omsætning i 2007 indsamlet.

Butikkerne og deres omsætning kan betragtes som den ene af to vægtskåle. Den anden skål er husstandene og deres forbrug, og vægtens balance kaldes handelsbalancen. For at klarlægge hvorvidt der i Vordingborg kommune er en positiv eller negativ handelsbalance, har ICP beregnet husstandenes 2007forbrug og sat dette i forhold til butikernes omsætning.

Ved at inddrage informationer om bl.a. handelsbalancen, forbrugsudviklingen over tid og udviklingen i antal husstande og borgere i Vordingborg kommune, har ICP beregnet et minimumsudlæg af areal til detailhandel frem mod 2021, således at Vordingborg kommune får et sæt retningslinjer for en afbalanceret udvikling af detailhandelen i hele kommunen.

Med afsæt i analyserne vurderes udviklingsmuligheder for byerne Vordingborg, Stege og Præstø – herunder hvilke butikstyper de realistisk vil kunne suppleres med, hvor bør udviklingen geografisk udspringe fra m.v.

Hovedbyerne i kommunen har allerede planmæssigt afgrænsede bymidter, men der er mulighed for at supplere sådanne med en statistisk afgrænset bymidte. ICP har foretaget en sådan statistisk afgrænsning, hvorved overlappet mellem de eksisterende og nye afgrænsninger blotlægges.

Desuden har ICP gennemført interviews med kunderne i bymidterne i Vordingborg, Stege og Præstø med henblik på at afdække deres købsadfærd og ønsker for deres bymidte. Analysen er suppleret med en telefoninterviewanalyse, således, at også et udsnit af de brugere vi ikke kunne træffe i bymidterne, inddrages.

Som et andet væsentligt ben i dette projekt indgår ICPs rekognoscering i byerne og interviewanalyserne i en analyse af servicefunktionernes lokalisering og samspil med butikslivet. For hvad betyder lokaliseringen i forhold til synergien mellem butiksliv og servicefunktioner?

I denne rapport indgår også et Plan-09projekt omkring lokalisering af service og kultur i bymidterne og deres samspil med butikslivet.



Der er gennemført interviews med kunder i bymidterne i Vordingborg, Stege og Præstø

Analyserne

I dette afsnit opsummeres rapportens analyseresultater.

Nuværende detailhandel

I Vordingborg kommune var der i sommeren 2008 ca. 290 butikker, hvoraf de 110 var dagligvarebutikker og de 180 udvalgsvarerbutikker (beklædning, boligudstyr eller øvrige udvalgsvarer). Tilsammen havde de 290 butikker et bruttoareal på godt 88.000 m² og en omsætning i 2007 på godt 2,0 mia. kr. inkl. moms.

Omsætningen fordeler sig således, at ca. 40 % er udvalgsvareromsætning mens ca. 60 % er dagligvareomsætning.

Forbrug

Det potentielle forbrug hos borgerne i Vordingborg kommune er for 2007 beregnet til ca. 2,3 mia. kr. inkl. moms fordelt med 1,15 mia. kr. på dagligvarer og ca. 1,17 mia. kr. på udvalgsvarer.

Det samlede detailhandelsforbrug i Vordingborg kommune forventes at stige med ca. 14% i perioden 2007 til 2021.

ICP regner i sin forbrugsprognose frem til 2021 med en stigning i forbruget pr. person på ca. 0,25% pr. år for dagligvarer og ca. 1,25% pr. år for udvalgsvarer.

Disse tal svarer historisk nogenlunde til udviklingen de seneste 25 år. Inden

for de seneste 57 år har forbrugsstigningen pr. person været væsentligt større.

Handelsbalance og indkøbsmønstre

Der var indenfor dagligvareområdet et forhold mellem omsætning og forbrug på 109% i Vordingborg kommune, mens forholdet på udvalgsvaresiden var 68%.

Betragtes daglig og udvalgsvareomsætningen samlet, udgjorde den 89% af forbruget i kommunens husstande.

Disse tal viser, at forbrugerne fra kommunens opland beløbsmæssigt beløbsmæssigt køber flere dagligvarer i butikkerne i Vordingborg kommune end forbrugere fra Vordingborg kommune køber ind i butikker uden for kommunen.

På udvalgsvareområdet er det omvendt – her køber husstandene i Vordingborg kommune beløbsmæssigt mere uden for kommunen, end udefrakommende køber for i butikkerne i Vordingborg Kommune.

Tilbage i 1998 blev en lignende handelsbalance opstillet (1997omsætning og forbrug), hvor forholdet for hvad der svarer til den nuværende Vordingborg kommune var 119% på dagligvareområdet og 70% på udvalgsvareområdet. Under ét udgjorde omsætningen i butikkerne i Vordingborg Kommune 97 % af forbruget i kommunens husstande.

Forholdet er blevet forringet i løbet af den 10årige periode – en smule på udvalgsvareområdet (fra 70% til 68%) og noget mere på dagligvareområdet (fra 119% til 109%).

ICP vurderer på baggrund af ovenstående, at butikslivet i Vordingborg kommune til dels har tabt lidt terræn til især Næstved, ligesom Københavnsområdet har øget dets rolle igennem de seneste 10 år.



Handelsbalancen indikerer, at Vordingborg kommune på udvalgsvareområdet ikke har et så stort opland som f.eks. Næstved har

Tilbagegangen på dagligvareområdet skal dog nok især ses i lyset af, at der er sket en udbygning med især discountbutikker og i nogen grad varehuse i perioden. Dette er sket på bekostning af de mindre dagligvarebutikker. Jo mere fintmasket nettet af discountbutikker og større dagligvarebutikker bliver – og jo mere ensartede de er i koncept, vareudbud, priser m.v. – i jo højere grad vil balancerne på dagligvareområdet alt andet lige bevæge sig mod 100.

At forholdet på dagligvaresiden holder sig på 109, vurderer ICP, bl.a. har baggrund i de mange sommerhusgæster og turister i sommermånederne.

Detailhandelens struktur

Vordingborg kommune bærer detailhandelsmæssigt præg af, at Vordingborg by er det overordnede kommunecenter for Vordingborg kommune. Samtidig byder byerne Stege og Præstø på et butiksudbud i størrelsesordenen 50 butikker i hver by. Disse byer er af en størrelse, som rækker lidt ud over, hvad der kan karakteriseres som værende alene lokal forsyning – uden dog at matche udbuddet i Vordingborg.

ICPs interviewanalyser indikerer, at alle tre byer faktisk betjener et temmelig lokalt kundesegment. Dette skal dog tages med det forbehold, at det lokale kundesegment simpelthen er større i Vordingborg i kraft af den større befolkning her. Desuden må andelen af turister svinge over året.

Stege har en lidt differentieret rolle i forhold til de andre byer, da turisme spiller stærkere ind her.

Præstø vurderes at være den mest pressede af de 3 hovedbyer, da den ligger tættere på Vordingborg og Næstved end Stege gør og samtidig besidder et væsentlig svagere butiksudbud end både Vordingborg og Næstved.

I kommunens landsbyer er detailhandelen på et væsentligt lavere niveau. Dagligvareudbuddet er på et lavere og mere standardiseret niveau – ofte med kun en enkelt butik i byen – og udvalgsvareudbuddet er i mange byer stort set ikke eksisterende, om end der er forskel landsbyerne imellem. F.eks. er der omkring 5 dagligvarebutikker i Lundby.

Denne udvikling har næsten alle mindre byer i landet gennemgået.

ICP Shopping Index

I kapitel 3 sammenlignes de større byer i kommunen, Vordingborg, Stege og Præstø, med en række konkurrerende udbudspunkter i regionen. Disse er i denne sammenhæng Næstved bymidte, Næstved Storcenter og Nykøbing Falster bymidte. Især de to førstnævnte besøges relativt hyppigt af mange respondenter i den gennemførte telefoninterviewanalyse.

Sammenligningen sker inden for kategorierne Detailhandel, Service, Tilgængelighed og Parkering samt Miljø. Vordingborg er den stærkeste bymidte i kommunen, ikke mindst i kraft af det større udbud af butikker og servicefunktioner. Stege og Præstø ligger nogenlunde på niveau med hinanden.

De tre konkurrerende udbudspunkter kommer alle ud med et stærkere resultat – dette beror især på langt flere butikker og servicefunktioner i disse.

Udviklingsmuligheder for detailhandelen i kommunen

I dette afsnit beskrives det markeds-mæssige arealbehov til detailhandel frem til 2021.

Som tidligere nævnt, ventes det, at det årlige forbrug i husstandene i Vordingborg kommune vil ligge ca. 6 % højere for dagligvarer og ca. 21 højere % for udvalgsvarers vedkommende.

Realistisk arealudlæg

En arealramme for nyt butiksareal bør styres af såvel beregninger på forbrugsudviklingen samt af ønsket om at styrke handelscentrenes position i kommunen. Man bør søge at konsolidere kommunens væsentlige udbudspunkter – nye arealudlæg bør ikke "dryppes" ud. Samtidig er det dog væsentligt, at man i planlægningen tilføjer detailhandelen i Vordingborg kommune mulighed for dynamik og udlægger arealer i beliggenheder, hvor detailhandelen vil efterspørge dem.

Byerne er især stærke på service og miljøscoren, mens Næstved Storcenter er stærk på butiksudbudet.

Beskaffenheden af de konkurrerende udbudspunkter er med til at forklare underskuddet på handelsbalancen for Vordingborg kommune.

Hvor handler man i øvrigt?

Vi har i telefoninterviewanalysen spurgt til, hvor man køber hhv. dame og herrebeklædning. Generelt nævnes Næstved i lige så høj grad som de enkelte hovedbyer i Vordingborg kommune – derimod nævnes Nykøbing Falster stort set ikke. Også interviewanalyserne gennemført i bymidterne i Vordingborg, Stege og Præstø afslører, at nok handler man oftest i den bymidte man bor ved, men man handler mere i Næstved end i kommunens øvrige hovedbyer. Det er respondenterne i Præstø, der oftest kører til Næstved.

Mobilitetens indvirkning og strukturel udvikling

Konkurrencesituationen er igennem de seneste årtier blevet skærpet væsentligt. Den generelle strukturudvikling har medført færre, men stærkere udbudspunkter, hvilket bl.a. har været muligt i kraft af den øgede mobilitet.

Ifølge Danmarks Statistik havde 62% af familierne i Vordingborg kommune bil i 2007 mod 56% på landsbasis. For f.eks. 30 år siden var denne andel langt lavere. Den høje andel af familier med bil samt en rimelig betjening med især tog fra Vordingborg gør det let for borgerne at komme rundt til konkurrerende udbudspunkter.

Den væsentligste parameter er dog, at butikker i dag kræver et væsentligt større kundegrundlag end tidligere. Omkostningerne til drift er højere, hvilket taler for større – men færre – enheder. Der har været en generel tendens til, at arealbelastningen målt som omsætning pr. m² salgsareal inden for detailhandelen er faldende i disse år og det må forventes, at den-



Når kommunens borgere handler uden for Vordingborg kommune, er det bl.a. i Næstved Storcenter

I relation til køb af elektronikudstyr nævner hver 4. respondent i telefoninterviewanalysen, at de sidst handlede i Næstved. Det overgår kommunens egne udbudspunkter – der i øvrigt ligger på niveau med køb via internet. Interviewanalyserne afslører også, at København i højere grad fungerer som et konkurrerende udbudspunkt, end Nykøbing Falster gør.

ne tendens også gør sig gældende i fremtidens detailhandel i Vordingborg kommune.

Nye butikstyper, nye udstillingskoncepter, rationel håndtering af varer og nylokaliseringer er faktorer, der indebærer, at mange butikker har behov for stadig mere areal. Nogle butikker accepterer en lavere arealbelastning for at give kunderne den "rigtige" oplevelse.

Meget taler for, at de byer, der i dag har en meget stærk og varieret detailhandel, f.eks. med kombinationen af både klassiske handelsstrøg og et overdækket shoppingcenter, også fremover vil være blandt de væsentligste udbudspunkter.

Vordingborg kommunes rolle

Dette betyder dog langt fra, at "løbet er kørt". Dels bør man klart definere rollefordelingen imellem kommunens udbudspunkter. Vordingborg er kommunens hovedby, og det bør være her den banebrydende udvikling sker. Skulle man f.eks. styrke kommunen

med et overdækket indkøbsmiljø, ville det være naturligt at etablere dette i Vordingborg. Ligeledes er det væsentligt, at butikskoncepter som realistisk kun kan have én enhed i Vordingborg kommune søges indpasset i Vordingborg – til gavn for den fælles synergi byens butikker imellem.

Byerne Stege og Præstø bør ligeledes udvikles med baggrund i realistiske planer.

Desuden bør man overveje at differentiere enten hele Vordingborg kommune eller kommunens hovedbyer i kraft af f.eks. turisme, kultur eller andet. Eksempler herpå er f.eks. Horsens (større kulturelle arrangementer) og Silkeborg (billby).

I det senere afsnit med anbefalinger for de enkelte byer i kommunen knyttes yderligere kommentarer til styrkelsen af disse.



I Horsens har man søgt at differentiere sig på større kulturelle arrangementer

Minimumsudlæg i Vordingborg kommune

Den reviderede planlov fastholder ønsket om, at den fremtidige udvikling skal foregå i bymidterne. Hensigten er at fortætte byerne og bevæge sig væk fra solitært beliggende butikskoncentrationer og indfaldsvejenes lange men smalle bæltter af især storbutikker.

Derfor er der alene udlagt arealer i bymidterne. Byerne i Vordingborg kommune er ikke store nok til at udlægge f.eks. nye lokalcentre større end 3.000 m² i de enkelte byer (må kun udlægges i byer med flere end 20.000 indbyggere).

Det er vor vurdering, at udlægget skal foregå, så det i videst mulige omfang styrker det nuværende udbud. Det vil sige i især Vordingborg bymidte, i Stege bymidte og i Præstø bymidte. For så vidt angår kommunen iøvrigt, bør der primært udlægges arealer til dagligvarer.

Der er vor vurdering, at der i dag er en rimelig decentral forsyning med dagligvarer i hele kommunen, men at en relativt lav dækning – med udgangspunkt i befolkningsudviklingen og det nuværende udbud af dagligvarebutikker – gør et arealudlæg til dagligvarer på 1.000 m² i hhv. Nyråd og Ørslev realistisk. Ved at udlægge yderligere 1.000 m² i kommunen i øvrigt er der også mulighed for at indpasse f.eks. en discountbutik et andet sted i kommunen.

Der er planer om byudvikle Lundby igennem udlæg af areal til boliger. Rammen giver, ifølge Vordingborg kommune, plads til i hvert fald 500 boliger. Da lokalcentre må være op til 3.000 m² – og da der i Lundby by kun var ca. 1.000 m² detailhandel medio 2008 – har ICP anbefalet et udlæg på 1.000 m² i Lundby.

Arealer til butiksmål skal udlægges således, at mulighederne for en løbende tilpasning af butiksstrukturen sikres. En tilpasning der sikrer, at man har mulighed for at etablere de nyeste koncepter.

Helt overordnet er det vor vurdering, at der på dagligvareområdet også i fremtiden vil være efterspørgsel på areal. Det gælder alle større koncepter dvs. discountbutikker, supermarkeder samt varehuse.

For så vidt angår supermarkedssektoren, er denne, efter en lang periode med relativt få etableringer, igen aktivt søgende. Forbrugerne ønsker et bredere udvalg og et dybere sortiment inden for ferskvarer og specialvarer. Dette kan discountbutikkerne med den størrelse og de driftsmæssige begrænsninger, der ligger i selve discountkonceptet, ikke klare, men også discountsektoren er knap så homogen som tidligere. F.eks. findes der hard discountere som Aldi med et meget fokuseret sortiment, mens koncepter som Kiwi og Lidl har et temmelig bredt sortiment.

På udvalgsvareområdet skal arealudlægget dels sikre, at forbrugerne har tilfredsstillende indkøbsforhold – dette er med til at holde omsætning hjemme i kommunen, så handelsbalancen alt andet lige ikke forværres – dels skal det sikre, at detailhandelen i Vordingborg kommune og især i Vordingborg bymidte kan udvikle sig dynamisk.

I tabel 1.1 vises, hvad rammen for nyt butiksbareal minimum bør være frem til 2021.

	M ²		
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Vordingborg bymidte	5.000	8.000	13.000
Stege bymidte	1.000	4.000	5.000
Præstø bymidte	1.000	3.000	4.000
Nyråd	1.000		1.000
Ørslev	1.000		1.000
Lundby	1.000		1.000
Kommunen i øvrigt	1.000		1.000
I alt	11.000	15.000	26.000

Tabel 1.1 Forslag til arealudlæg til detailhandel fordelt på centerområder

Rammen indeholder generelt de eventuelle restrummeligheder. Arealudlæggene skal ses med udgangspunkt i det areal, der var til rådighed i sommeren 2008. Restrummelighed, allerede godkendte projekter m.v. skal således fratrækkes nedenstående tal.

Det er vor vurdering, at der frem til 2021 minimum bør udlægges 10.000 m² til dagligvarer og 15.000 m² til udvalgsvarer i Vordingborg kommune.

Der er i ovenstående tale om et samlet bruttoareal til alle typer af udvalgsvarer.

Det er ICPs vurdering, at arealudlæggene bør placeres indenfor den allerede eksisterende centerstruktur for yderligere at styrke koncentrationen af detailhandelen.

Omdannelse af Stege Sukkerfabrik

ICP er af Vordingborg kommune blevet spurgt om mulighederne for et udlægge areal til detailhandel omkring den tidligere sukkerfabrik i Stege på Kostervej. Dette ville i så fald kræve, at området kan komme ind under mulighederne for byomdannelsesområde, da lokationen ikke indgår i den afgrænsede bymidte (se kapitel 10).

ICP vil dog pointere, at man bør være varsom med at udlægge væsentligt areal – især til udvalgsvarebutikker – her, da det alt andet lige vil svække detailhandelens driftsmuligheder inde i Stege by.

Etablering af dagligvarebutik i Præstø

ICP er endvidere blevet anmodet om at vurdere mulighederne for etablering af dagligvarebutik på Ny Esbjergvej i Præstø. Lokaliteten ligger omtrent midt mellem bymidten og rundkørslen ved Jungshovedvej.

Lokaliteten ligger ca. 250 meter fra den eksisterende afgrænsning af Præstø bymidte, hvorfor butikken ikke frit kan etableres. Man skal derfor benytte muligheden for udlæg af areal til lokalcenter, hvis dagligvarebutikken skal etableres.

I området udlægges desuden areal til familieboliger og ældreboliger eller plejehjem. Der ventes etableret i størrelsesordenen 120150 familieboliger samt faciliteter, hvor omkring 70 ældre kan bo. I alt vurderer Vordingborg Kommune, at området vil få tilført 320370 nye borgere.

Der ligger i dag en Fakta som eneste dagligvarebutik uden for den afgrænsede bymidte i Præstø by. Da der er mulighed for at etablere op til 3.000 m² til lokalforsyning (se endvidere næste afsnit Planlovens bestemmelser) og da Fakta er ca. 500 m² stor, er der arealmæssigt rum til mere. Desuden er Fakta placeret i den anden ende af byen.

ICP vurderer dog, at placeringen tæt ved rundkørselen ved Jungshovedvej vil have en negativ effekt på detailhandelen i Præstø by, da den nye dagligvarebutik vil opfange en del af den omsætning, som ellers ville blive lagt i Præstø bymidte.

Etablering af varehus i Vordingborg

Som det sidste af en række projekter, er ICP blevet bedt om at vurdere mulighederne for og de overordnede konsekvenser af et nyt varehus i Vordingborg by. Placeringen forventes at blive i området umiddelbart nordnord-vest for Valdemarsgade.

Vordingborg har allerede i dag ét varehus (Kvickly), men det er ikke unormalt for byer af Vordingborgs størrelse af have to varehuse. Placeringen vurderes rimelig hensigtsmæssig, da den ligger relativt tæt ved byens handelsstrøg (Algade og tilstødende gader) og ikke mindst byens andre større dagligvarebutikker. Jo tættere dagligvarebutikkerne ligger på byens handelsstrøg, jo bedre udnyttes synergien i kundestrømmene.

Placeringen tæt ved de andre dagligvarebutikker og relativt tæt ved Algade gør også, at mange kunder vil kunne parkere bilen ét sted og så gå til alle butikkerne. Dette afhænger dog i høj

grad af udførelsen af Parealerne, tidsbegrænsninger og eventuel betaling. Således undgås en del trafik rundt i byen.

Et moderne varehus har typisk 150250 mio. kr. i årlig omsætning, hvorfor et nyt varehus alt andet lige vil opsuge noget omsætning fra især de øvrige dagligvarebutikker. Dette svækker naturligvis driftsvilkårene for de øvrige dagligvarebutikker. Men et nyt varehus vil dog også bedre mulighederne for at holde mere handel "hjemme" i Vordingborg, hvorfor dele af konsekvenserne vil ske uden for Vordingborg by og kommune.

Planlovens bestemmelser

Vurderingen er foretaget med udgangspunkt i planlovens bestemmelser om butikernes størrelse og lokalisering.

Således må dagligvarebutikker maksimalt have et samlet bruttoareal på 3.500 m² og udvalgsvarebutikker 2.000 m². I byer med 20.000 – 40.000 indbyggere, må bydelscentre maksimalt have et bruttoareal til detailhandel på 5.000 m².

I byer under 20.000 indbyggere kan der udenfor bymidten alene udlægges arealer til lokalcentre – max. 3.000 m² pr. lokalcenter. Den største butik må ikke være over 1.000 m² og der skal som udgangspunkt minimum være 500 meter til et andet lokalcenter.

Det kunne måske være naturligt at udvikle de eksisterende storbutiksområder i kommunen – f.eks. i området ved Stjernehuset og Kværnvej bag Næstvedvej i Vordingborg – men der må i sådanne områder ifølge Planloven alene udlægges nye arealer til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Disse varegrupper er udtømmende defineret i Planloven som "butikker, der alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvare, tømmer, byggematerialer, grus, sten og betonvarer samt møbler." Bemærk, at der med møbelbutikker menes rene

møbelbutikker. Øvrige møbelbutikker hører i dag, ligesom køkkenbutikkerne, under gruppen udvalgsvarer.

Således kan der i de nuværende storbutiksområder alene opføres udvalgs-varebutikker til eksempelvis tæpper, hvidevarer, elektronik og værktøj, såfremt der er uudnyttede rammer.

Arealudlæg til forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

I dag er der 25 butikker, der forhandler særligt arealkrævende varegrupper i Vordingborg kommune. Disse har et samlet bruttoareal på ca. 47.600 m². Der er især tale om bilforhandlere samt tømmerhandlere/byggemarkeder.

Butikkerne er især beliggende bag Næstvedvej nordvest for Vordingborg bymidte. Der er kun få ved Stege og Præstø byer.

Generelt søger disse butikker i dag beliggenheder, hvor de kan ligge sammen med andre butikker og på den måde tiltrække flere kunder. Inden for de seneste år, er facadegrunde langs landets motorveje blevet populære beliggenheder, dels på grund af synligheden og eksponeringen dels på grund af den trafikalt gode beliggenhed i forhold til kunder med bil.

Også i Vordingborg kommune er den overvejende del af enhederne beliggende samlet – dog ikke langs motorvej, men langs indfaldsvejen Næstvedvej.

Der er et andet indkøbsmønster for særlig arealkrævende varer såsom biler, både og campingvogne, end der er for andre udvalgsvarer. Forbrugerne er højt involverede, da produkterne opfattes som uhomogene. Mærkepræferencen er høj, hvilket sammen med stor økonomisk betydning og en ofte stor interesse for selve produktet, afstedkommer høj involvering. Dette gælder dog i noget mindre grad for byggemarkeds og planteskoleartikler.

Langt de fleste kunder kommer i bil til forhandlerne af de pladskrævende varegrupper, hvilket sammen med kravet om parkering lige ved butikkerne giver nogle udfordringer.

Bilforhandlere

I relation til bilforhandlere vurderer ICP, at man dels kun vil opleve meget få nyetableringer inden for handel med biler dels at bilforhandlere ikke søger beliggenheder sammen med andre butikstyper, men primært alene sammen med andre bilforhandlere. Det kunne dog tænkes, at de tilbageværende bilforhandlere i Vordingborg kommune, der ligger afsondret fra de øvrige, inden for en årrække vil søge en beliggenhed ved de øvrige. Dette kunne f.eks. være VW ved Vordingborg bymidte.



Bilforhandlere søger især beliggenheder sammen med andre bilforhandlere

Vi har set denne udvikling i hele landet, bl.a. i Frederikssund, Hillerød og mange andre byer i samme størrelsesorden som Vordingborg.

Derfor er det ikke et markeds-mæssigt krav, at man udlægger arealer til handel med biler i sammenhæng med andre butikstyper.

Andre forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

Hvad angår de øvrige brancheområder inden for butikker, der forhandler særligt arealkrævende varegrupper, ser man i dag i større og større omfang, at disse placerer sig sammen i koncentrationer.

Det forventes, at udviklingen i møbelbranchen går i retning af skarpere koncepter og større butikker.

Indenfor byggemarkeder, ventes udviklingen at gå i to retninger. Nogle byggemarkedskæder vil satse på discount og søger arealer på 1.000 – 1.500 m² (Jem & Fix), andre som Bauhaus vil søge arealer omkring 15.000 m².

Da der kan være nye butikker, nye kædetyper og nye butikskoncepter, der pludselig dukker op og som man vanskeligt kan forudsige tilkomsten af, bør der være en vis fleksibilitet i nyudlægget.

Hvad der ydermere gør udlægget vanskeligt, er, at der formelt ingen øvre grænse er for de enkelte enheders størrelse.

Det er vor vurdering, at nyudlægget til særligt pladskrævende varegrupper skal være i omegnen af 12.000 m² i perioden frem til 2021. Der er som nævnt ingen øvre grænse for udlæg til forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper, men en arealramme i denne størrelsesorden giver mulighed for etablering af f.eks. et byggemarked og to bilforhandlere mere.

Det er vor anbefaling, at det fremtidige udlæg primært placeres bag Næstvedvej i Vordingborg. ICP vurderer, at det er et stort plus for kommunen, at langt den overvejende del af forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper og storbutikker findes i et entydigt område nær kommunens hovedby.

For så vidt angår Stege og Præstø, er det vor vurdering, at eventuelle nyplaceringer ikke har samme betydning.

Bymidteafgrænsning

Ønsker man at udvide den eksisterende bymidteafgrænsning, skal dette ske ved, at bymidten afgrænses ud fra en fastlagt statistisk metode. Den eksisterende bymidte kan naturligvis fastholdes, men de eventuelle nye tilstødende områder den statistiske afgrænsning afstedkommer, kan tillægges den eksisterende bymidteafgrænsning.

Der kan dog argumenteres særligt for at udlægge arealer, der støder direkte op til bymidten til byudviklingsområder.

Der er forbindelse med nærværende arbejde udarbejdet en bymidteafgrænsning for så vidt angår Vordingborg, Stege og Præstø.

I Vordingborg giver den statistiske afgrænsning mulighed for at indlemme relativt store arealer – især ved Slots-gade og den del af Algade, der ligger øst for Københavnsvej. Desuden tilføres bymidten lidt bredde stort set hele vejen rundt om den øvrige del af Algade.

I Præstø afstedkommer den statistiske metode kun et meget ringe areal udover den eksisterende afgrænsning. I Stege tilføjer metoden den eksisterende bymidte et stort areal omkring den del af den eksisterende bymidte, der omslutter Storegade. Mod nord-vest går den statistisk afgrænsede bymidte helt til Dragestræde og Dyb-rostræde, mens den mod nordøst er udvidet med 100 meter.



I Vordingborg er forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper især lokaliseret ved Krondevet m.v.

Der er således mulighed for at udvide bymidten i især Vordingborg og i nogen grad i Stege. Udvidelsesmulighederne er ringe i Præstø.

Vordingborg bymidte

Vordingborg bymidte fungerer i dag som svagt regionalt center og som kommunens hovedcenter. Næstved må betegnes som regionens mest betydende regionale center.

Et regionalt center kendetegnes ved det både brede og dybe butiksmix ofte med en stor grad af specialisering, hvilket vil sige, at flere butikker dækker samme vareområde og dermed giver forbrugerne et valg mellem forskellige varer i forskellige kvaliteter og priser. Vordingborg opfylder i nogen grad disse krav.

Dagligvarehandelen

Dagligvarehandelen omfatter et større Kviklyk varehus centralt i bymidten, supermarkeder og mange discountbutikker – herunder en ny Lidl. Kviklyk og især supermarkederne støtter den øvrige detailhandel godt, men mange af discountbutikkerne ligger samlet i et område mere end 300 meter fra Algade. Det hæmmer synergien mellem daglig og udvalgsvarerhandelen, da kunderne i kraft af placeringen "fratages" en god grund til at besøge Algade.

Der findes et fint udbud af fødevarer-specialbutikker som ostehandler, bager, fiskehandel, vinhandlere, grønt-handel og kaffehandel i Vordingborg. En rigtig slagter mangler dog, men da driftsvilkårene er svære (bl.a. i kraft af supermarkederne og varehusenes store udbud) og opstartsomkostningerne høje, ses kun få nyetableringer.

På sigt kunne et varehus mere indlemmes i byen, hvilket der er taget højde for i arealudlægget. Forbruget ventes at være stigende i Vordingborg og byen tiltrækker også nogen dagligvarehandel fra naboområderne – dagligvareomsætningen i Vordingborg by er næsten dobbelt så høj som forbruget i områdets husstande.

Et varehus mere vil også cementere Vordingborg som kommunens hovedby.

Udvalgsvarerhandelen

I relation til beklædning er der i dag mere end 35 butikker i Vordingborg. Her er flest damemodebutikker, men også flere butikker inden for ung mode, børnetøj, sko og herremode. Generelt er ung mode svagest repræsenteret.

Andelen af kædebutikker er meget lav og kun en håndfuld butikker er en del

af en kapitalkæde. Bestseller har to koncepter i byen, Vera Moda og Jack & Jones, hvilket måske kunne være relevant at bruge som løftestang til at indlemme flere populære modekoncepter i byens detailhandel – såvel fra Bestseller som fra konkurrerende kæder.



Vordingborg bymidte kunne styrkes med flere kædebutikker

I relation til boligudstyr er detailhandelen vel udbygget med bl.a. flere farvehandlere, isenkræmmere og telebutikker. Desuden er her flere forhandlere af hårde hvidevarer.

Derimod kan det synes beskedent, at her kun er én egentlig forhandler af radio og tvartikler.

Inden for øvrige udvalgsvarer er alle branchegrupper repræsenteret i Vordingborg, og der er bl.a. et godt udvalg af optikere, to legetøjsbutikker, to cykelbutikker og meget mere. Byens størrelse og rolle som hovedby kunne dog tale for, at Vordingborg havde en boghandler mere.

Parkering

Der er i Vordingborg gode parkeringsmuligheder med bl.a. en større central Pplads ved Kvickly samt – lidt længere væk – ved Vævervangen.

Der er desuden mindre Ppladser ved Slotstorvet, bag Algade (syd for) og i tilknytning til byens større dagligvarebutikker.

Det kan kræve lidt kendskab at finde Ppladserne, men de vurderes tilstrækkelige. Forholdene bedømmes også godt i interviewanalyserne.

Krav til detailhandelen

Det er væsentligt i bestræbelserne på at tiltrække nye butikker, at samarbejdet mellem de eksisterende butikker med hensyn til åbningstider, udsalg med videre, er velfungerende.

Det er afgørende, at der i Vordingborg er plads til de nyeste butiksformer – især inden for udvalgsvaredetailhandelen. Disse butikskæder skal vide, at Vordingborg har en attraktiv detailhandel, hvor der også kan blive plads til dem.

En målrettet markedsføring af byen mod kæderne kan være med til at tiltrække disse til bymidten og medvirke til at skabe en detailhandel, som er attraktiv for forbrugerne.

Det vil i forbindelse med markedsføringen både overfor kæderne og overfor kunderne være en fordel, hvis den samlede detailhandel i Vordingborg i videst muligt omfang samarbejder i markedsføringsfasen.

Stege

Stege er kommunens næststørste udbudspunkt. Byen besidder en særlig charme og emmer af gammel by med masser af hygge. Dette bidrager også til byens appeal over for turister.

Næsten alle butikkerne ligger i Storegade og udbuddet fremstår fortættet og stærkt for byens størrelse.

Kun få butikker er lokaliseret uden for Storegade, herunder Aldi i Lendemark. Det er et plus for byen, at detailhandelen er samlet i ét sammenhængende forløb.

Dagligvarer og spisesteder

I Stege findes to supermarkeder (SuperBest) samt tre discountbutikker, hvoraf det ene supermarked og de to discountbutikker ligger i bymidten. Modsat Præstø findes der i Stege et antal fødevarer specialbutikker (bl.a. slagter og bager).

Byens udbud af spisesteder og caféer er vurderet højt af respondenterne

i bymidten. Turismen har tydeligvis gjort, at "mere er muligt" i Stege til trods for byens størrelse.

Steges geografiske placering som den eneste større by på Møn gør også, at mange borgere i omegnen har langt til såvel Vordingborg som Næstved. Det gør det lettere at holde mere handel hjemme.

Udvalgsvarebutikkerne

På udvalgsområdet er der et endog meget stort udvalg af beklædningsbutikker i forhold til byens størrelse. Af de knap 20 butikker er kun en lille håndfuld dog med i et kædesamarbejde, hvorfor ICP anbefaler, at man tilskynder yderligere et par butikker at indgå i en frivillig kæde. Med to familieskobutikker, dame og herremode samt børnetøj og genbrug er der ikke mangler i Steges udbud.

Udbuddet af boligudstyr er – måske lidt overraskende set i relation til udbuddet af beklædning – på et lavere niveau i Stege end i Præstø. Antallet af boligudstyrebutikker er ca. det halve. Men set i lyset af, at her er isenkram, radio og tv, salg af elartikler samt farvehandlere og at der generelt ses få etableringer af nye boligudstyrebutikker i byer af denne størrelse, er det svært at udpege konkrete mangler.

Også inden for øvrige udvalgsvarer er udbuddet tilfredsstillende med optikere, guld og sølv, boghandlere og en sportsbutik. Eneste realistiske supplement kunne være en egentlig cykelhandel. Afhængig af beskaffenheden og driftsvilkårene kunne en dyrehandel og en legetøjsbutik være en mulighed med de rette kræfter bag.

Parkering

Med hensyn til parkering forekommer det en smule mere besværligt end i Præstø. Parkeringspladserne er generelt små, men der er pladser ved de større dagligvarebutikker, ved havnen og sydøst for Storegade. Det er også i Stege, at parkeringsforholdene vurderes ringest i stopinterviewanalyserne.

Præstø

Detailhandelen ligger relativt koncentreret i Algade og omkring Svend Gønges Torv. Set fra en forbrugers synspunkt er detailhandelen dog spredt over et relativt langt forløb, om end med tydelige koncentrationer langs Algade.

Dagligvarehandelen

Der er en SuperBest og tre discountbutikker samt forskellige øvrige dagligvarebutikker, men udover Skjold Burne og et røgeri er her ingen specialfødevarerbutikker såsom bager, slagter eller ostehandel.

Præstøs udbud er dog fint i forhold til byens størrelse og geografiske placering.

Udvalgsvarerbutikkerne

Her er mange beklædningsbutikker for byens størrelse, men andelen af kædebutikker er lav og attraktionen svingende.

Da der i Præstø findes både isenkram (Imerco), husholdningsmaskiner, radio/tv, cykelhandler, optiker, boghandler og sportsbutik er det svært at se væsentlige mangler i udvalget. Udbuddet kunne måske suppleres med en egentlig guld og sølv butik.

Muligheder for styrkelse

Udfordringen i Præstø er at stimulere detailhandelen, så den ikke taber terræn. Præstø er mindre end Vordingborg og samtidig den by i Kommunen, der ligger tættest på Næstved og dermed er byen udsat på flere fronter.

ICP anbefaler derfor, at man tilskynder til at fortætte byen yderligere. Det er vanskeligt at styre fra offentlig side, men så vidt muligt bør nye butikker indpasses i de centrale dele af bymidten, ligesom de yderste kan søges flyttet længere ind.

Desuden vil det være en styrkelse, hvis 23 af de eksisterende beklædningsbutikker kan profileres ved at indgå i et frivilligt kædesamarbejde – derved øges deres udbud af mærker, indretning og udtryk typisk.

I Præstø findes gode parkeringsmuligheder centralt i bymidten ved de større dagligvarebutikker.

Kommunen i øvrigt

Der er en lang række mindre byer i kommunen, hvor der i dag findes ingen eller meget få butikker. Bortset fra en rimelig stor repræsentation af kædekoncepter inden for dagligvarer, er kædeandelen og den gennemsnitlige attraktion lav i landsbyerne.

ICP vurderer ikke, at der er behov for arealudlæg i disse byer, da detailhandelen her næppe udvikler sig positivt. I byer som Jungshoved, Kalvehave, Mern, Fanefjord og Borre er der kun 12 dagligvarebutikker. Der er igennem de seneste årtier sket en reduktion i butiksantallet og i mange landsbyer er der ikke slet ikke butikker mere.

ICP vurderer dog, at i byer med én dagligvarebutik – f.eks. en brugs, en købmand eller en større tankstation – er sandsynligheden for lukning mindre. Skal man understøtte den tilbageværende detailhandel i de små byer, vurderes den bedste mulighed at være udbygning med flere boliger.

Plan 09: Lokalisering af servicefunktioner

Som et led i et Plan 09 projekt, har ICP stadfæstet samtlige butikker, servicefunktioner og events i Vordingborg kommune geografisk via GIS. Datamaterialet er tilvejebragt dels via ICPs rekognoscering af kommunen, dels via informationer om bl.a. events leveret af Vordingborg kommune og dels via data fra CVRregistret.

Hensigten har været at klarlægge lokaliseringen af servicefunktioner og events i forhold til detailhandelen i Vordingborg, Stege og Præstø.

Analysen viste, at udbuddet er relativt ensartet de tre byer imellem – uanset, at byerne er af forskellig størrelse. Alle byerne har et bibliotek, forsamlingshus og større idrætsfaciliteter. Dette skyldes givetvis, at byerne tidligere var hovedbyer i selvstændige kommuner.

Der er dog flere eventsbaserede funktioner i Vordingborg. En sports-hal lader sig ikke let flytte, men det gør events såsom festivaler, byfester, kulturdage m.v., og det er naturligt, at det er i kommunens største by, der afholdes flest events.

De gennemførte stopinterviewanalyser viste dog, at til trods for det større udbud, var tilfredsheden ikke højere i Vordingborg – faktisk er tilfredsheden en smule højere i Stege. Det er også i Stege, at man er mest tilfreds med udbuddet af restauranter og caféer.

Hvad skyldes den øgede tilfredshed i Stege? Det kan til dels skyldes, at respondenterne opfatter byens kulturelle udbud og især spisesteder som værende bedre, end respondenterne i hhv. Vordingborg og Præstø vurderer deres byer. Det kan dog også indvirke, at udbuddet af servicefunktioner og events i Stege er bedre geografisk koncentreret omkring byens handelsstrøg (Storegade), hvor udbuddet er mere spredt i de andre byer.

Der kan argumenteres for, at det er en fordel, at servicefunktionerne og udbuddet af events ligger i tilknytning til butikslivet. Dels har butikkerne gavn af de kundestrømme, som de øvrige funktioner skaber, dels mindskes behovet for at kunden/brugeren skal transportere sig rundt i byen. Desuden kan servicefunktionerne "fylde op" og bidrage til liv i byer, hvor detailhandelen måske er blevet reduceret igennem en årrække.

Eneste ulempe ved den fortættede placering er, at en række funktioner ikke har meget aktivitet i dagtimerne eller i det hele taget særligt aktive og udadvendte facader.

ICP anbefaler, at servicefunktioner så vidt muligt indpasses i direkte tilknytning til butikslivet eller sekundært i placeringer, der er synlige fra bymidstens butiksstrøg. Events bør ligeledes – så vidt muligt indpasses i bymidterne, så butikslivet og arrangementerne kan have gensidig effekt af de besøgende.

2. Detailhandelen i Vordingborg kommune

I nærværende afsnit vil detailhandelen i Vordingborg kommune blive beskrevet.

ICP har i juni 2008 besøgt butikkerne i kommunen og foretaget en opgørelse over antallet af butikker i kommunen samt indsamlet oplysninger om butikkernes omsætning for 2007, ligesom den enkelte butiks bruttoareal er opgjort.

For at give en karakteristik af butiksudbuddet har ICP endvidere vurderet de enkelte butikkers attraktionsværdi i forhold til forbrugerne.

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer, beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer (for definition se bilag 1) på baggrund af deres hovedaktivitet.

Butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper, er behandlet særskilt senere i dette afsnit.

Har en butik aktiviteter inden for flere hovedbranchegrupper, er omsætningen fordelt inden for disse.

Bemærk, at ICP medtager omsætningen til private fra rene møbelforretninger, planteforhandlere, byggemarkeder samt butikker med udstyr til camping og både, selvom planloven definerer disse grupper som særligt arealkrævende. Dette skyldes, at disse varegrupper indgår i de senere forbrugsberegninger. Rene møbelforretninger, planteforhandlere, byggemarkeder samt forhandlere af campingvogne og både tæller dog kun med én gang, hvilket sker under forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper.

Geografisk er resultaterne af undersøgelsen af detailhandelen opdelt på de følgende områder (se også figur 2.1):

1. Lundby
2. Bårse
3. Skibinge/Allerslev
4. Jungshoved
5. Kastrup/Nedervindinge
6. Ørslev
7. Mern
8. Nyråd
9. Stensved
10. Kalvehave
11. Bogø
12. Møn vest
13. Møn midt
14. Møn øst
15. Stege
16. Præstø
17. Vordingborg

Antal butikker

Af tabel 2.1 ses antallet af butikker inden for de respektive branchegrupper i de forskellige dele af kommunen.

Som det ses af tabellen, er de 134 – eller ca. 46 % – af kommunens butikker lokaliseret i Vordingborg, mens der findes 57 butikker i Stege og 44 i Præstø. Vordingborg kommune er således en kommune, hvor der findes 3 udbudspunkter af en vis størrelse.

Ca. 69 % af butikkerne i Vordingborg er udvalgsvarebutikker, mens andelen i hele kommunen betragtet under ét er noget lavere (62 %).

Bortset fra i Vordingborg, i Præstø og i Stege, er langt den overvejende del af butikkerne dagligvarebutikker.



Figur 2.1 Vordingborg kommune nedbrudt på lokalområder

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
1. Lundby	7	3	-	2	1	10
2. Bårse	4	2	1	-	1	6
3. Skibinge/Allerslev	1	1	-	1	-	2
4. Jungshoved	1	-	-	-	-	1
5. Kastrup/Nedervindinge	-	1	-	1	-	1
6. Ørslev	4	1	-	1	-	5
7. Mern	1	-	-	-	-	1
8. Nyråd	2	-	-	-	-	2
9. Stensved	4	3	-	2	1	7
10. Kalvehave	2	2	-	2	-	4
11. Bogø	1	-	-	-	-	1
12. Møn vest	2	-	-	-	-	2
13. Møn midt	1	-	-	-	-	1
14. Møn øst	6	6	1	4	1	12
15. Stege	21	36	19	8	9	57
16. Præstø	11	33	12	15	6	44
17. Vordingborg	42	92	36	30	26	134
Vordingborg kommune i alt	110	180	69	66	45	290

Tabel 2.2 Antal butikker fordelt på brancher og områder

Kommunens udvalgsvarebutikker fordeler sig nogenlunde ligeligt mellem beklædning og boligudstyr, mens der er lidt færre butikker med øvrige udvalgsvarer.

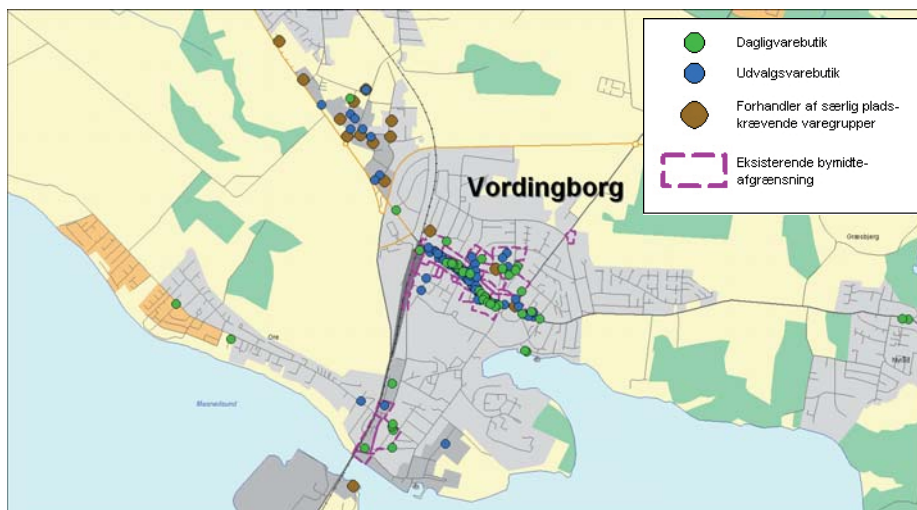
I figurerne 2.2 til 2.5 er butikkerne (fra tabel 2.2) i hhv. Vordingborg, Præstø og Stege vist på et kort, mens figur 2.1 har til hensigt at give et indtryk af butikernes lokalisering, når Vordingborg kommune betragtes under ét.

Dagligvarebutikkerne er angivet med grøn, udvalgsvarebutikkerne med blå og forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper med brunt.

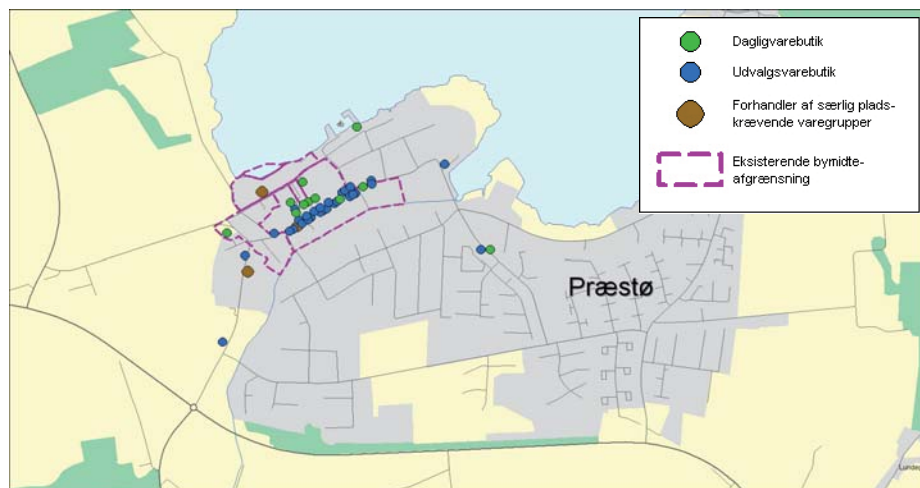
De enkelte butikker er stadfæstet via geokodning på adresser (se endvidere kapitel 8 for uddybende beskrivelse af metoden for geokodning).



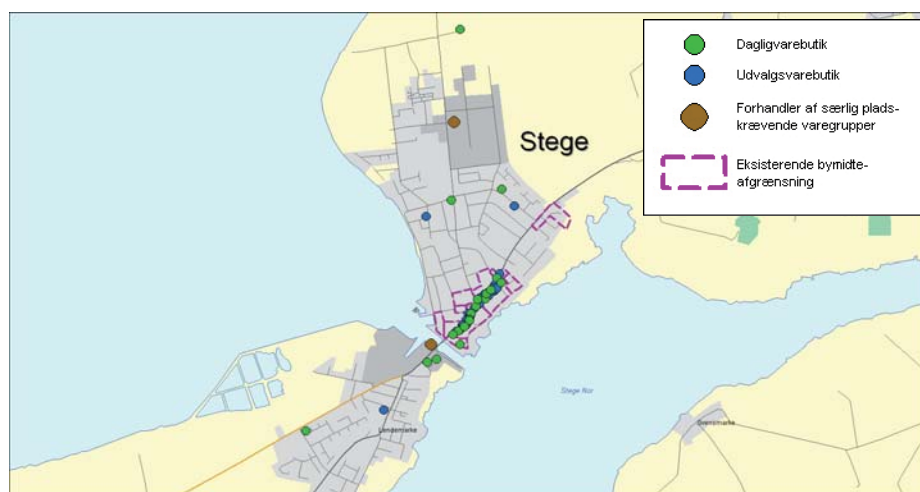
Figur 2.2 Butikkernes lokalisering i Vordingborg kommune



Figur 2.3 Butikkernes lokalisering i Vordingborg



Figur 2.4 Butikkernes lokalisering i Præstø



Figur 2.5 Butikkernes lokalisering i Stege

Butikkernes attraktion

For at give en karakteristik af områdernes butiksudbud, har ICP i forbindelse med rekognosceringen af butikkerne foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion efter følgende skala:

- 5: Meget høj
- 4: Høj
- 3: Middel
- 2: Lav
- 1: Meget lav

I vurderingen er der bl.a. taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen samt disponeringen af arealerne.

Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
1. Lundby	2,4	2,0	-	*	*	2,3
2. Bårse	3,3	*	*	-	*	3,0
3. Skibinge/Allerslev	*	*	-	*	-	*
4. Jungshoved	*	-	-	-	-	*
5. Kastrup/Nedervindinge	-	*	-	*	-	*
6. Ørslev	*	*	-	*	-	2,6
7. Mern	*	-	-	-	-	*
8. Nyråd	*	-	-	-	-	*
9. Stensved	3,0	2,3	-	*	*	2,7
10. Kalvehave	*	*	-	*	-	2,5
11. Bogø	*	-	-	-	-	*
12. Møn vest	*	-	-	-	-	*
13. Møn midt	*	-	-	-	-	*
14. Møn øst	2,5	2,0	*	2,3	*	*
15. Stege	3,1	2,9	2,9	3,0	2,9	3,0
16. Præstø	2,9	2,9	2,8	2,8	2,9	2,9
17. Vordingborg	3,0	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
Vordingborg kommune i alt	2,9	2,9	2,9	2,8	2,9	2,9

Tabel 2.2 Butikkernes gennemsnitlige attraktion fordelt på brancher og områder

* Kan af anonymitetshensyn ikke vises.

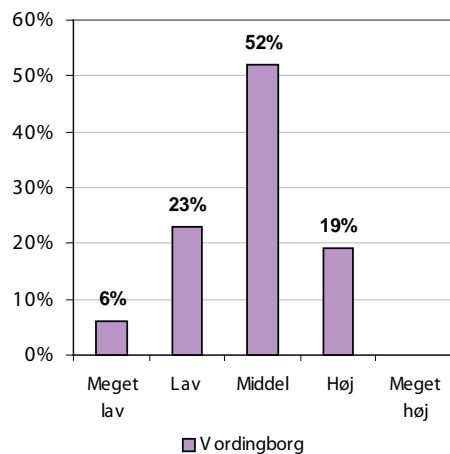
I tabel 2.2 vises den gennemsnitlige attraktion for hhv. daglig- og udvalgswarebutikkerne. Resultaterne er geografisk opdelt på samme måde som i tabel 2.1.

Som det ses af tabellen, ligger den gennemsnitlige attraktion en smule under middel. Dette er normalt for mindre byer.

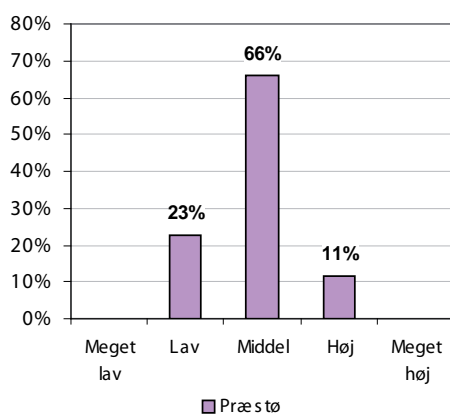
De gennemsnitlige attraktioner afspejler en vis spredning. I figurerne 2.6 til 2.9 ses attraktionens spredning for hhv. lokalområderne Vordingborg, Præstø og Stege samt for hele Vordingborg kommune betragtet under ét.

Som det fremgår af figur 2.6, fordeler butikernes attraktion i Vordingborg sig således, at omkring 52% har en Middel attraktion, mens 19% har en Høj attraktion. 29% har en Lav eller Meget lav attraktion.

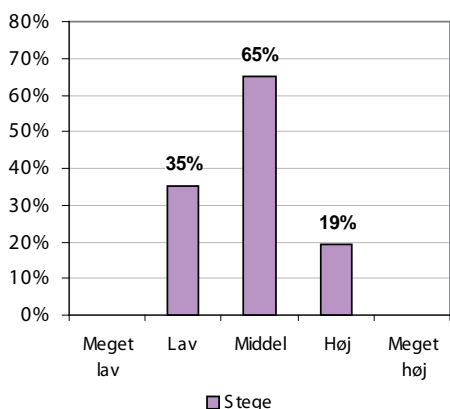
I Præstø bymidte har en større andel af butikkerne en Middel attraktion, mens færre har en Høj eller Meget lav attraktion.



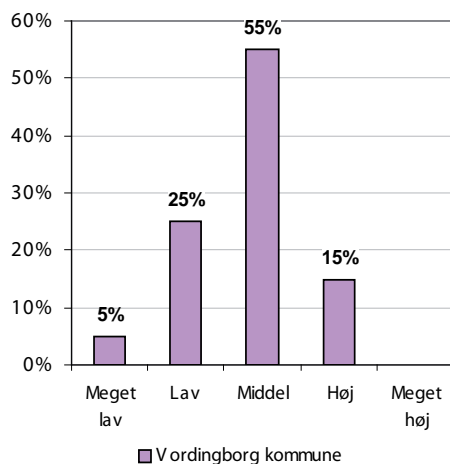
Figur 2.6 Attraktionens spredning i % i Vordingborg



Figur 2.7 Attraktionens spredning i % i Præstø



Figur 2.8 Attraktionens spredning i % i Stege



Figur 2.9 Attraktionens spredning i % i Vordingborg kommune i alt

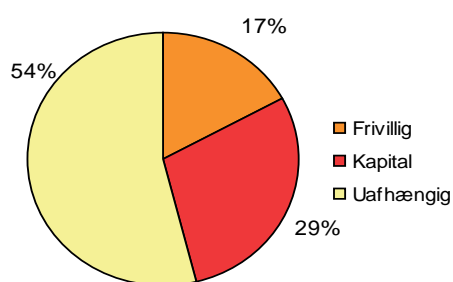
I Stege er fordelingen nogenlunde som i Præstø, dog er der en større andel med en Lav attraktion.

Fordelingen i Vordingborg kommune betragtet under ét varierer umiddelbart ikke stort fra lokalområde Vordingborg, men der er en højere andel af butikker med en Middel attraktion.

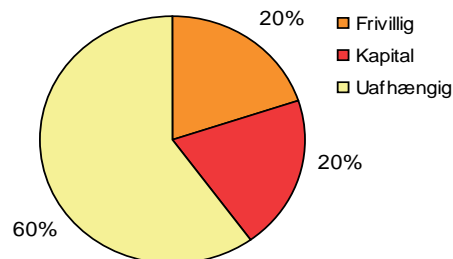
Kædetilknytning

Kædebutikkerne har fået en stadigt større betydning for forbrugernes valg af indkøbssted. En bymidtes, et lokalcenters eller et butiksceners styrke kan således blandt andet udtrykkes i den andel af butikkerne, som enten er del af en kapitalkæde eller en frivillig kæde.

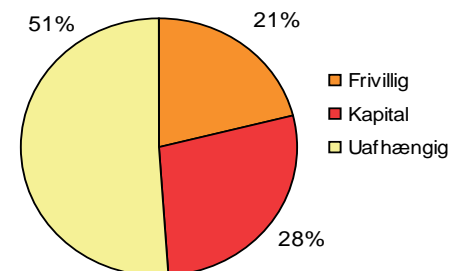
I figur 2.10 til 2.13 er illustreret, hvorledes kædefordelingen er i Vordingborg, Præstø og Stege samt for hele Vordingborg kommune betragtet under ét.



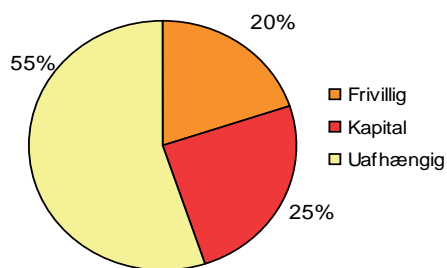
Figur 2.10 Kædeandel i Vordingborg



Figur 2.11 Kædeandel i Præstø



Figur 2.12 Kædeandel i Stege



Figur 2.13 Kædeandel i Vordingborg kommune i alt

Andelen af butikker, der enten er en del af en frivillig eller kapitalkæde, er væsentligt under 50% i Præstø, men kun en smule under i Vordingborg og Stege.

Det er en lidt lavere andel end normalen, men dog sammenligneligt med udbudspunkter og kommuner af en tilsvarende størrelse.

Bruttoarealer

Der er endvidere foretaget en grov opmåling af bruttoarealerne i butikkerne i kommunen.

Bruttoarealerne er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, hvilket vil sige salgsareal og eventuelle kontorer samt lager og personale- rum. Eventuelle lokaler i kælderetager indgår heri.

Tabel 2.3 viser bruttoarealerne i Vordingborg kommune. Bemærk i relation til bruttoarealerne, at disse opgøres efter butikkens hovedbranche – f.eks. har en række dagligvarebutikker aktiviteter inden for både daglig og udvalgsvarer.

Det samlede bruttoareal i Vordingborg kommune er ca. 88.300 m², hvoraf

de ca. 42.200 m² (eller ca. 48 %) er udvalgsvarebutikker.

Det er i Vordingborg, det største bruttoareal til detailhandel findes. Godt 50 % af kommunens samlede bruttoareal findes i Vordingborg.

Over halvdelen af kommunens bruttoareal anvendes til dagligvarebutikker, og som det fremgår – når tabel 2.1 og 2.3 sammenholdes – er det især i områderne med få butikker, at der er en kraftig overvægt af dagligvarebutikker. Næsten hele bruttoarealet anvendt til udvalgsvarebutikker findes i byerne Vordingborg, Præstø og Stege.

I Stege er bruttoarealet på godt 15.000 m², mens det i Præstø er lidt lavere med godt 12.000 m².

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
1. Lundby	1.700	1.200	-	1.100	100	2.900
2. Bårse	1.600	500	100	-	400	2.100
3. Skibinge/Allerslev	500	300	-	300	-	800
4. Jungshoved	400	-	-	-	-	400
5. Kastrup/Nedervindinge	-	200	-	200	-	200
6. Ørslev	1.500	500	-	500	-	2.000
7. Mern	400	-	-	-	-	400
8. Nyråd	900	-	-	-	-	900
9. Stensved	1.200	300	-	200	100	1.500
10. Kalvehave	600	200	-	200	-	800
11. Bogø	600	-	-	-	-	600
12. Møn vest	900	-	-	-	-	900
13. Møn midt	100	-	-	-	-	100
14. Møn øst	2.100	700	100	500	100	2.800
15. Stege	10.400	4.900	2.200	1.400	1.300	15.300
16. Præstø	6.200	6.100	1.300	3.700	1.100	12.300
17. Vordingborg	17.000	27.300	5.900	14.700	6.700	44.300
Vordingborg kommune i alt	46.100	42.200	9.600	22.800	9.800	88.300

Tabel 2.3 Bruttoarealer fordelt på brancher og områder (afrundet)

Omsætning

Tal for butikernes omsætning i 2007 er indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksindehavere. For de butikker, der ikke har ønsket at medvirke i undersøgelsen, har ICP måttet skønne omsætningen.

Af tabel 2.4 fremgår de indsamlede daglig- og udvalgsvarereomsætninger i de forskellige områder. Af anonymitetshensyn kan omsætningen ikke vises for alle branchegrupper i alle områder.

Disse anonymitetshensyn træder i kraft, hvor der enten er for få butikker inden for de enkelte branchegrupper eller hvor få butikker har en meget stor del af omsætningen inden for branchegruppen.

Som det ses af tabel 2.4, ligger den samlede omsætning på godt 2,0 mia. kr. i Vordingborg kommune betragtet under ét. En væsentlig del af detailhandelsomsætningen sker i Vordingborg, hvor butikkerne omsatte for i alt ca. 970 mio. kr. i 2007.

Ca. 47 % af udvalgsvarereomsætningen sker i Vordingborg, mens Stege står for ca. 21 % og Præstø for 15 %.

Butikker der forhandler særlig pladskrævende varegrupper

Der er foretaget en opgørelse af antallet af butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper. Der er her tale om butikker der forhandler planter, biler, campingvogne, lystbåde samt bygge- og trælastartikler til private.

Som det ses af tabellen, koncentrerer forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper sig især på bilforhandlere og forhandlere af byggeartikler.

I kommunen er der i alt 25 forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper, som tilsammen har et bruttoareal på omkring 47.600 m².

Bemærk, at forhandlere af biler, både og campingvogne skal have et egentligt udstillingslokale for at indgå i denne opgørelse.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
1. Køng/Lundby/Svinø	*	*	-	*	*	59
2. Bårse/Beldringe	*	*	*	-	*	30
3. Skibinge/Allerslev	*	*	-	*	-	*
4. Jungshoved	*	-	-	-	-	*
5. Kastrup/Nedervindinge	-	*	-	*	-	*
6. Ørslev	*	*	-	*	-	50
7. Mern	*	-	-	-	-	*
8. Nyråd	*	-	-	-	-	*
9. Stensved	*	*	-	*	*	*
10. Kalvehave	*	*	-	*	-	*
11. Bogø	*	-	-	-	-	*
12. Møn vest	*	-	-	-	-	*
13. Møn midt	*	-	-	-	-	*
14. Møn øst	*	*	*	*	*	*
15. Stege	300	139	51	60	28	439
16. Præstø	206	96	29	53	14	302
17. Vordingborg	455	512	133	273	106	967
Vordingborg kommune i alt	1.264	800	213	426	161	2.064

Tabel 2.4 Omsætning i 2007 fordelt på brancher og områder (i hele mio. kr. inkl. moms)

* Kan af anonymitetshensyn ikke vises

	Antal	Areal, m ²
Bilforhandlere	15	19.000
Byggemarkeder- og materialer	7	21.000
Plantecentre	2	1.600
Lystbåde	1	6.000
Vordingborg kommune i alt	25	47.600

Tabel 2.5 Antallet af butikker der forhandler særlig pladskrævende varegrupper samt deres bruttoareal

3. Service og kulturtilbud

I dette kapitel beskrives tilbuddene inden for servicefunktioner og kultur i Vordingborg kommune. Hensigten er at klarlægge antallet af funktioner inden for en række branchegrupper, ligesom mønsteret for deres lokalisering i forhold til butikkerne klarlægges.

Metode

Overblikket over butikkerne i kommunen er opnået ved rekognoscering af alle butikker i kommunen i forbindelse med detailhandelsanalysen, jf. kapitel 2, mens udbuddet af servicefunktioner og kultur til dels er sket ved at sammenkøre udtræk fra CVR med resultaterne af ICPs rekognoscering – ICPs

medarbejdere har noteret de respektive servicefunktioner i forbindelse med de enkelte butiksbesøg – og dels ved at berige materialet med oplysninger om de væsentligste funktioner, kulturinstitutioner, arrangementer og begivenheder fra Vordingborg kommune.

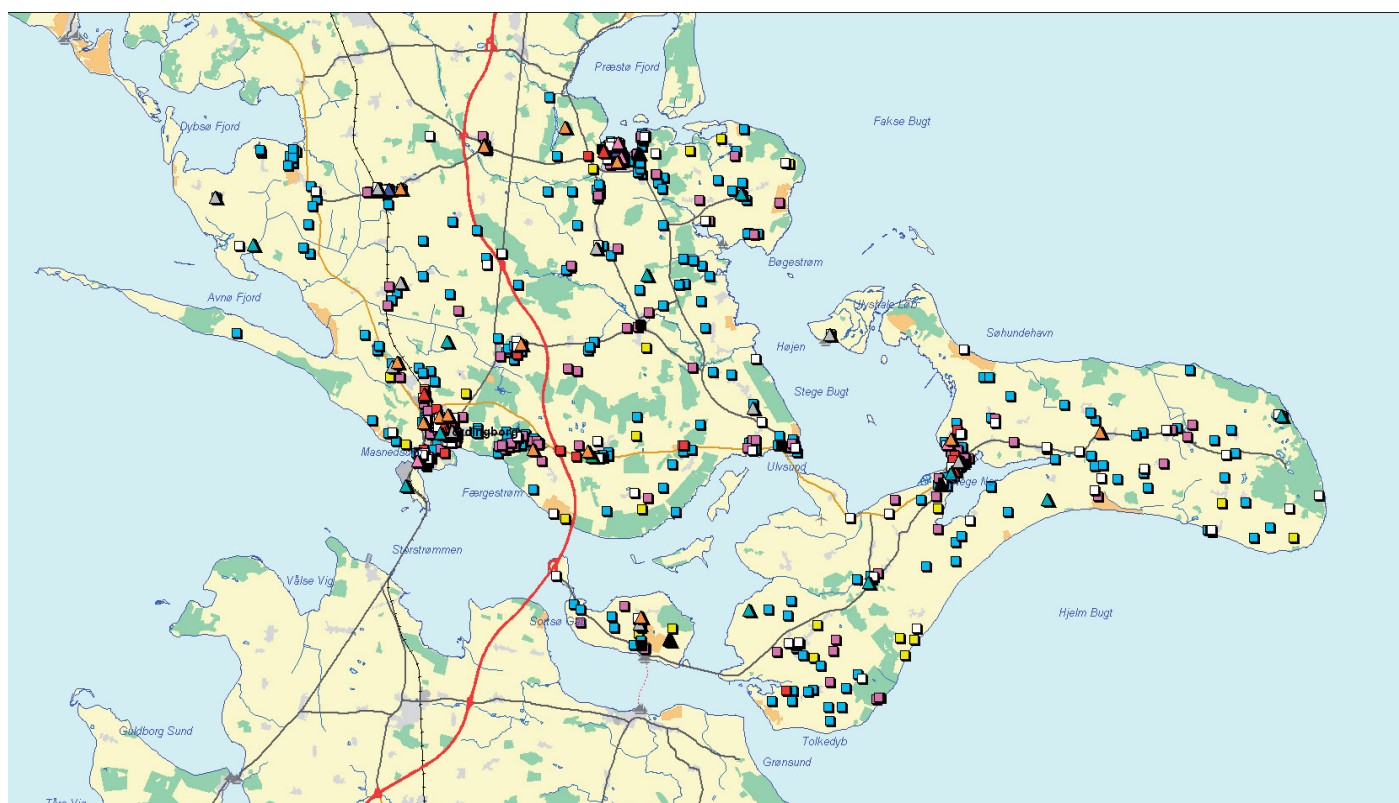
Der er en lang række funktioner inden for de forskellige hovedgrupper. Derfor sker afrapportering således, at en figur med hver hovedby vises i 2 forskellige udgaver:

1. En figur udelukkende med butikker
2. En figur med servicefunktioner og events og større kulturelle funktioner

Afslutningsvis beskrives udbuddet og lokaliseringen af kulturtilbud og servicefunktioner i kommunen under et samt for hver af byerne Vordingborg, Stege og Præstø.

Alle data er kodet via et adressekartotek i GIS.

Figur 3.1 viser samtlige kultur og servicefunktioner i Vordingborg kommune.



Figur 3.1 Kultur og servicefunktioner i Vordingborg kommune

Vordingborg

I figur 3.2a ses Vordingborg by og butikkerne i byen. For overskuelighedens skyld er butikkerne kategoriseret i blot 3 grupper, modsat de i alt 5 grupper i kapitel 2, nemlig dagligvarer, udvalgsvarer og forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper.

Sammenholdes figur 3.2a og 3.2b ses det, at butikkerne er lokaliseret noget mere samlet end service og kulturfunktionerne. Nok er der butikker i især den nordlige del af Vordingborg (omkring Chr. Richardtsvej), men langt hovedparten af butikkerne ligger i et intenst forløb langs Algade. Mens der er ca. 85 butikker med adresse på Algade, er der knap 70 servicefunktioner – ikke mindst mange læger, frisører og lignende samt spisesteder. Desuden er stort set alle banker, forsikringselskaber og lignende beliggende langs Algade.

En del funktioner inden for privat forretningservice (lyseblå kvadrater) findes rundt omkring i Vordingborg. Dette kan skyldes, at en stor del af disse tilsyneladende er beliggende i tilknytning til private boliger. Dette gælder i nogen grad også for klinikker, læger m.v. (lyserøde kvadrater).

Bemærk, at der især langs Algade er så mange funktioner, at de "ligger i lag". Rækkefølgen er som i signaturforklaringen, således caféer m.v. vil være synlige på bekostning af forretningservice – hvis disse vel og mærke ligger på samme adresse.

De kulturelle funktioner, som datasættet er beriget med af Vordingborg kommune, kan give overlap, men i disse tilfælde vil disse events/funktioner være synlige, da disse er vist med store trekanten som "øverste lag" i fremstillingen.

Der er relativt få af disse funktioner. Idrætsfaciliteterne er primært beliggende væk fra bymidten, hvilket kan

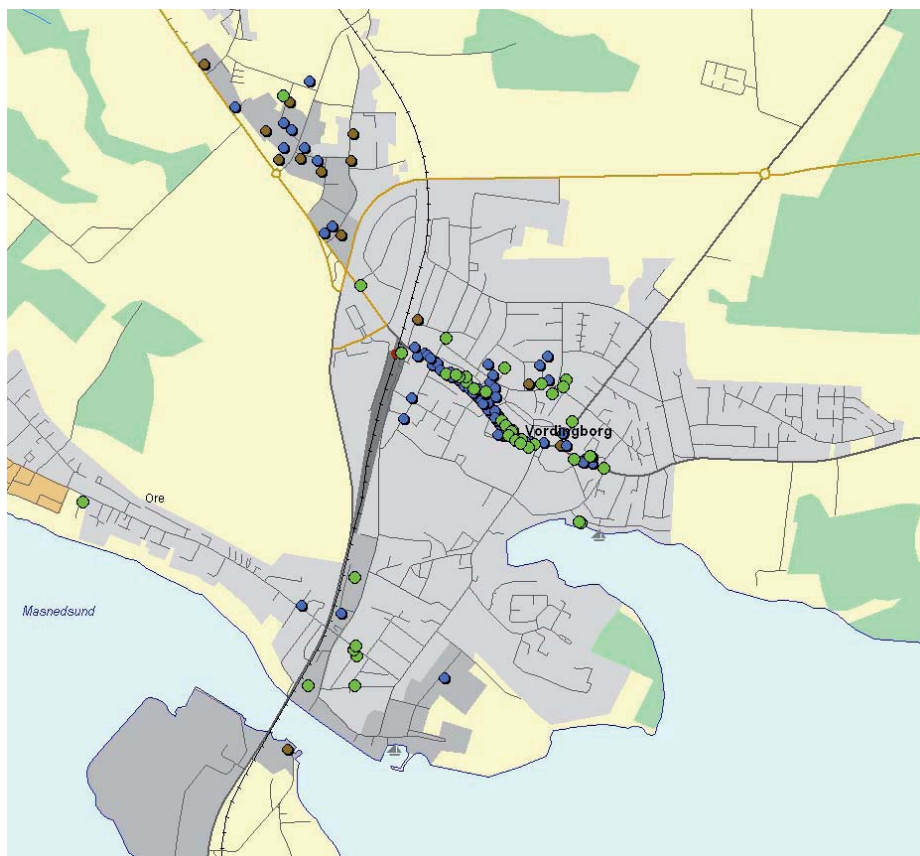
hænge sammen med deres arealmæssige udstrækning og parkeringsmæssige krav under spidsbelastning. Idrætsfunktionerne (vist med orange trekanten) er således ikke beliggende på en måde, hvor de alene kan understøtte bymidten og flowet heri.

Events kan ikke altid stadfæstes til en eksakt adresse – f.eks. optog og lignende. Disse er forsøgt placeret, hvor de primært hører til eller udspringer fra.

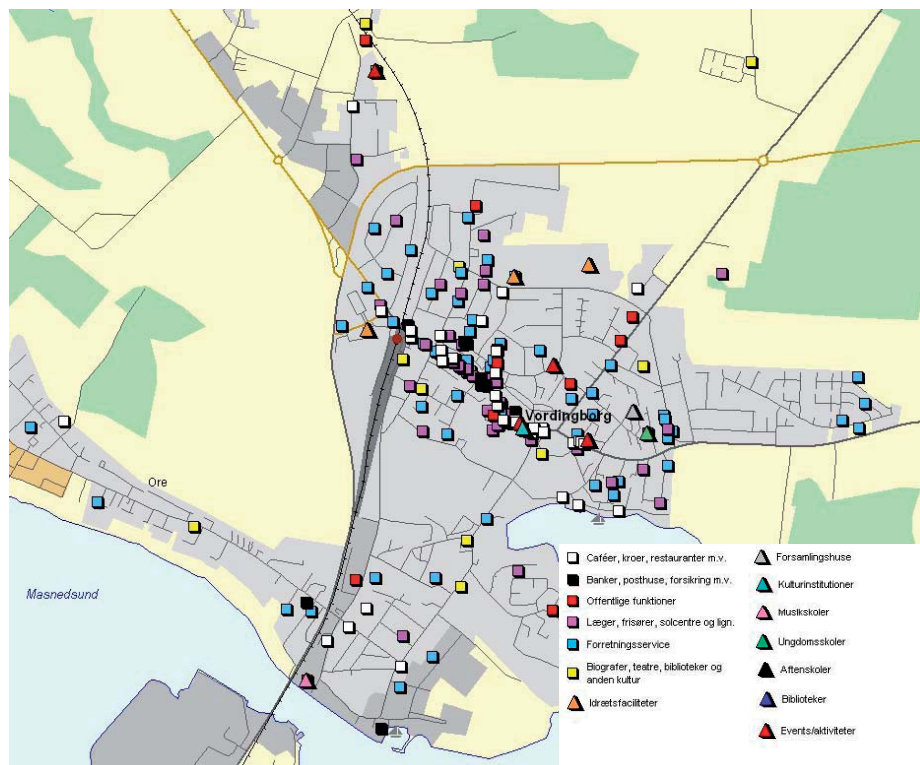
Bemærk, at en funktion som Vordingborg Bibliotek er beliggende på Sydhavnsvej, hvor bymidten og en så anvendt funktion som et bibliotek slet ikke kan understøtte hinanden.

Generelt er overvægten af servicefunktioner dog beliggende i bymidten, om end det svinger fra branche til branche. Ses der bort fra de funktioner Vordingborg kommune har bidraget med, er der kun få kulturelle tilbud i den funktionelle bymidte. Musikstedet STARS ligger centralt, mens f.eks. byens biograf ligger et stykke væk.

En forklaring på den kraftigere spredning af servicefunktionernes og aktiviteterens lokalisering kan også være aspekter som huslejeniveau, egnede lokaler osv. Butikker har generelt en højere huslejevne end mange former for service, hvilket også afskærer funktionerne for en række af de attraktive beliggenheder i handeleggaderne.



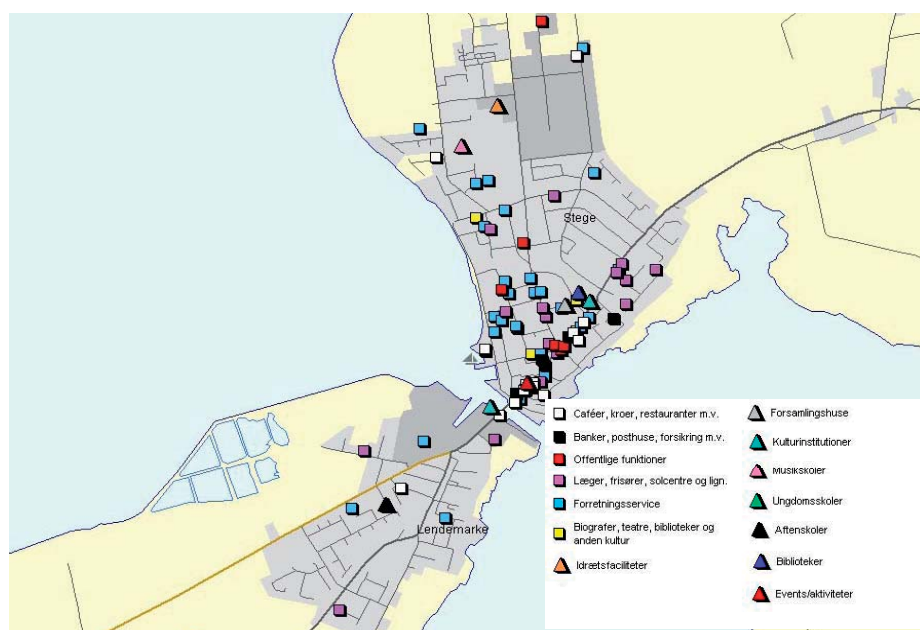
Figur 3.2a Butikkerne i Vordingborg



Figur 3.2b Servicefunktioner og vigtige kulturinstitutioner/events i Vordingborg by



Figur 3.2a Butikkerne i Stege by



Figur 3.3b Servicefunktioner og vigtige kulturinstitutioner/events i Stege by

Stege

I figur 3.3a ses Stege by og butikkerne i byen, mens servicefunktionerne, kulturenhederne og aktiviteterne fra Vordingborg kommune er angivet i figur 3.3b.

Billedet er i høj grad det samme som i Vordingborg by. Butikkerne ligger tæt op ad hinanden i et relativt afgrænset strøg, mens servicefunktionerne spredt sig mere ud over hele byen – dog fortsat med en overvægt i byens butiksstrøg (Storegade)

Atter er det inden for kategorien Forretningservice, at udbuddet er mest spredt. Bemærk, at en række funktioner inden for sundhed, klinikker og lignende er lokaliseret tæt ved hinanden nordøst for bymidten.

En del af kulturenhederne og aktiviteterne er lokaliseret i tilknytning til bymidten, ikke mindst forsamlingshuset og flere kulturinstitutioner. Biblioteket ligger også i nogenlunde tilknytning til den funktionelle bymidte.

Ligesom i Vordingborg er idrætsfaciliteterne placeret uden for bymidten, hvilket afstedkommer samme fordele og ulemper som nævnt i relation til Vordingborg.

Præstø

I figur 3.4a ses Præstø by og butikkerne i byen, mens figur 3.4b viser servicefunktioner og kulturenheder og aktiviteter i Præstø by.

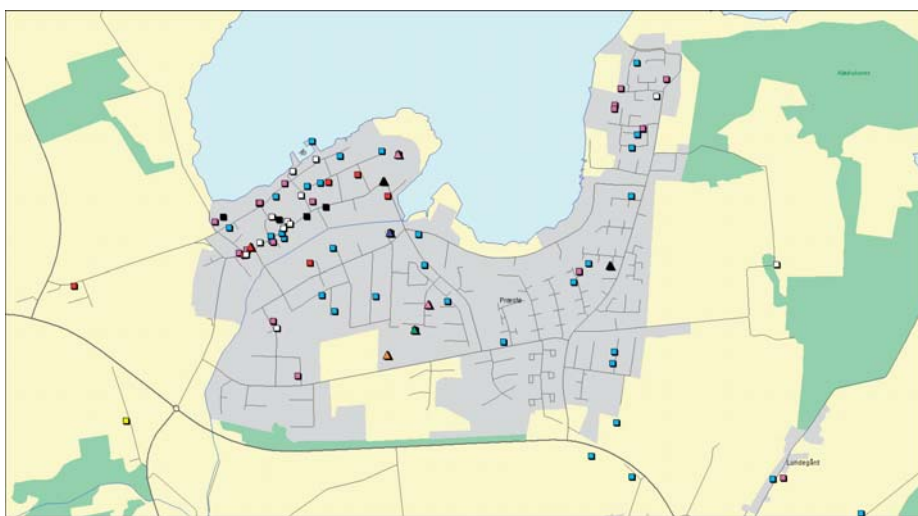
I Præstø ligger butikkerne primært inden for et endog meget afgrænset område, nemlig Adelgade og ved Svend Gønges Torv.

Ligesom ved de øvrige byer er intensiteten af servicefunktioner kraftigst langs og omkring hovedstrøget, ikke mindst inden for spisesteder og læger, klinikker m.v. En del spisesteder er dog – ligesom i de øvrige byer – beliggende nær vand og især havnefaciliteter.

Bortset fra aktiviteter i gågaden, er samtlige de større kulturelle enheder beliggende med nogen afstand til byens handelsstrøg.



Figur 3.4a Butikkerne i Præstø by



Figur 3.4b Servicefunktioner og vigtige kulturinstitutioner/events i Præstø by

4. Kultur og service i handelsbyerne

I de foregående kapitler er udbuddet af butikker, servicefunktioner, kultur og events betragtet relativt adskilt i henholdsvis Vordingborg, Præstø og Stege.

I dette kapitel ses samtlige funktioner i en sammenhæng – ligesom resultaterne fra interviewanalyserne indtages – således, at det overordnede udbud kan sammenlignes de tre byer imellem.

Kulturelle funktioner og events

Helt overordnet har analyserne vist, at udbuddet af de større kulturelle institutioner (markeret med trekantner i figurerne i kapitel 9) er relativt ensartet de tre byer imellem – uanset, at byerne er af forskellig størrelse. Alle byerne har et bibliotek, forsamlingshus og større idrætsfaciliteter.

Både Vordingborg, Præstø og Stege har således hver især i omegnen af 10 af disse funktioner. Dog varierer antallet af events – her "sker der mere" i den større Vordingborg by. Dette kan skyldes, at events er lettere at flytte, typisk arrangeres de på ny fra år til år, og kan således afholdes i en ny by, hvilket måske har været relevant ved den nylige sammenlægning til én stor kommune.

Events kræver desuden typisk et større publikum og har ofte et behov for at generere en form for overskud, hvilket taler for at afholde dem i kommunens største by. Man er også mere villig til at rejse længere efter gode events. Kvaliteten af bymidternes kulturliv er dog ikke umiddelbart helt analog med deres omfang. Da ICP gennemførte stopinterviews i bymidterne i Vordingborg, Præstø og Stege, var tilfredsheden relativt ensartet de tre bymidter imellem, dog en smule højere i Stege.

Bemærk, at respondenterne kun blev spurgt om kulturlivet i dén by, hvor de blev interviewet. Fordelingen af tilfredsheden er gengivet i figur 10.1.

Anderledes forholder det sig med de øvrige faciliteter som biblioteker, forsamlingshuse, ungdoms og aftenskoler med videre. Her er det tydeligt, at den nuværende Vordingborg kommune tidligere var tre separate kommuner, hvor man havde egne idrætsfaciliteter, biblioteker med videre.

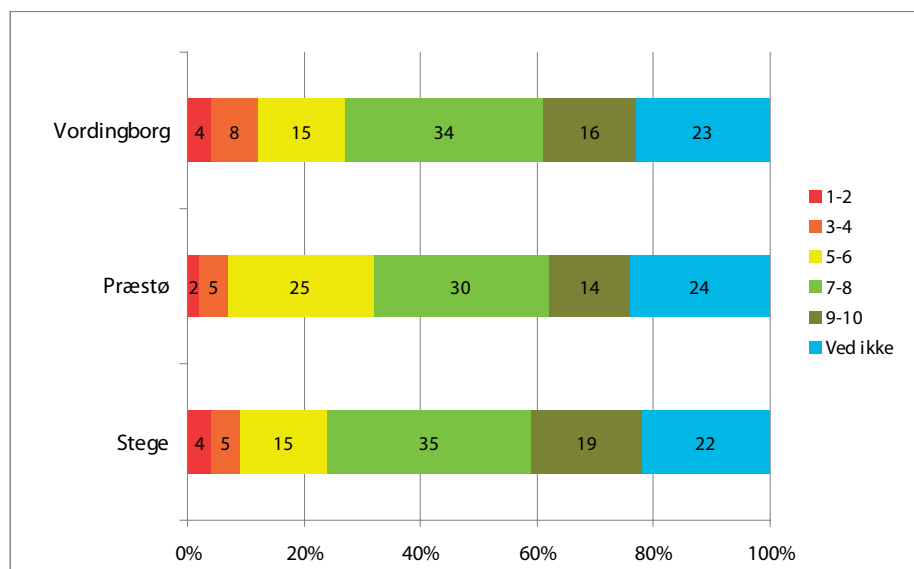
Brugernes højere besøgsfrekvens ved disse funktioner taler naturligvis også for, at der skal være kortere afstand til funktionerne, ligesom de er med til at skabe attraktive byer, hvor man gerne vil bosætte sig.

Øvrige servicefunktioner

I de foregående kapitler inddrages også de kundeorienterede servicefunktioner. Disse er med til at højne en bys attraktion, og ligesom det gør sig gældende med butikker, er det væsentligt, at der er et bredt og attraktivt udbud af kundeorienterede servicefunktioner.

Samtlige funktioner er vist i figurerne i kapitel 9 (funktionerne er markeret med firkanter i figurerne).

Disse funktioner er langt højere i antal og er især lokaliseret i tilknytning til butikslivet i byernes gågader/hovedstrøg. Dette gælder især finansielle funktioner såsom banker og ejendomsmæglere, men også spisesteder,



Figur 10.1: "Hvor attraktivt synes du kulturlivet i bymidten er på en skala fra 1-10?"

Tilfredshedsscore:

Vordingborg:	6,8
Præstø:	6,9
Stege:	7,1

¹ Disse funktioner kan beskrives som i vid udstrækning at være offentlige tilbud, som ikke nødvendigvis drives som en forretning.

sundhedsfunktioner (læger, personlig pleje, klinikker, frisører, solcentre og lign.) med videre. Dog synes sidstnævnte gruppe at placere sig mere spredt, om end hovedparten findes i tilknytning til butikkerne. Denne placering af servicefunktionerne er naturligt afledt af den relativt høje besøgsfrekvens – en placering sammen med butikkerne giver god synlighed, letter forbrugernes besøg og skaber dermed god synergi butikkerne og servicefunktionerne imellem. De har simpelthen gensidig nytte af den naturlige kundestrøm.

Visse typer af spisesteder kan have et lidt andet lokaliseringmønster. I alle tre byer ser vi, at en håndfuld spisesteder har lokaliseret sig et stykke væk fra det øvrige handelsliv i en position, der er attraktiv af andre årsager – nemlig i tilknytning til havnemiljøet, hvor selve miljøets herlighedsværdi tiltrækker og besøges af bl.a. mange turister.

I den omtalte interviewanalyse i de tre bymidter blev der også spurgt til tilfredsheden med byens café og restaurantliv. Fordelingen fremgår af figur 10.2.

Som det ses af figur 10.2, er svarfordelingen mere forskelligartet de tre byer imellem, end de er i figur 10.1.

Tilfredsheden er langt den højeste i Stege, mens Vordingborg og Præstø ligger på niveau længere nede ad skalaen. Dette harmonerer godt med, at Stege i sig selv er en turistattraktion med mange tilrejsende – dette smitter af på antallet og udbuddet af spisesteder.

Sammenhæng mellem butikker og servicefunktioner i bymidterne

Butikkernes lokalisering varierer lidt de tre byer imellem, om end alle byerne strukturelt fungerer således, at langt den overvejende del af butikkerne findes i bymidten. Ingen af byerne har et butikscenter eller en egentlig todelt struktur.

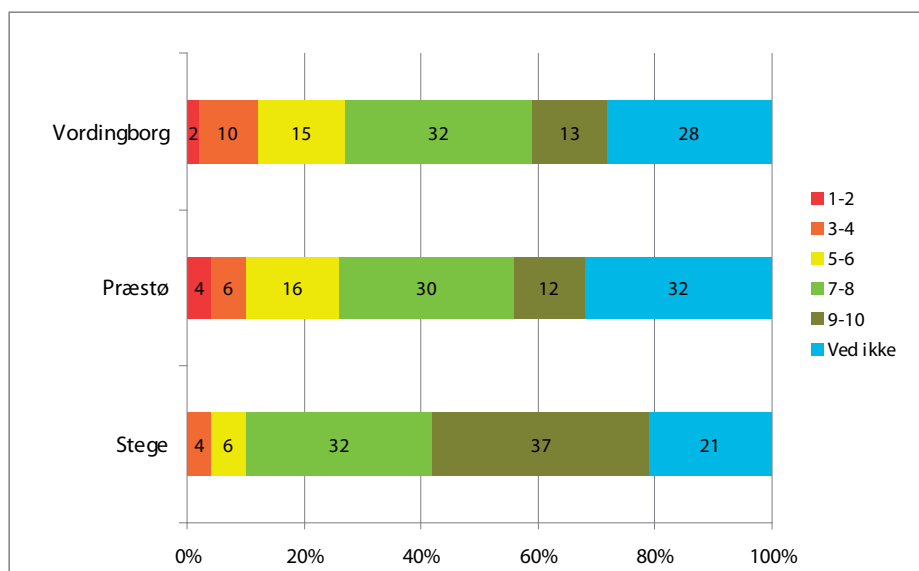
Mest spredt er butikkerne dog i Vordingborg, hvor omkring 10 butikker ligger for sig i et område omkring broen til bydelscentret Masnedø. I Stege og Præstø er antallet af butikker færre, men stort set alle beliggende i den funktionelle bymidte.

I figur 10.3 er vist antallet af hhv. daglig og udvalgsvarerbutikker, servicefunktioner og kulturelle institutioner inkl. events i Vordingborg, Stege og Præstø bymidter. Bemærk, at bymidterne her er defineret som i Vordingborg kommunes planlægning (se figurerne 2.2 til 2.4 i kapitel 2).

Som det ses af figur 10.3, er der inden for alle kategorier undtagen Kulturelle inst./events langt flere funktioner i Vordingborg bymidte – det skal dog i relation hertil bemærkes, at Vordingborg bymidte arealmæssigt er langt større end de øvrige.

Betragtes forholdet mellem butikker (daglig og udvalgsvarerbutikker) og servicefunktioner, er der 11% flere butikker end servicefunktioner i Vordingborg, mens der er 19% flere i Præstø og hele 31% flere i Stege. Det tyder altså på, at mængden af servicefunktioner aftager relativt med byens størrelse – der er dog ikke noget sammenligningsgrundlag til andre danske kommuner på nuværende tidspunkt.

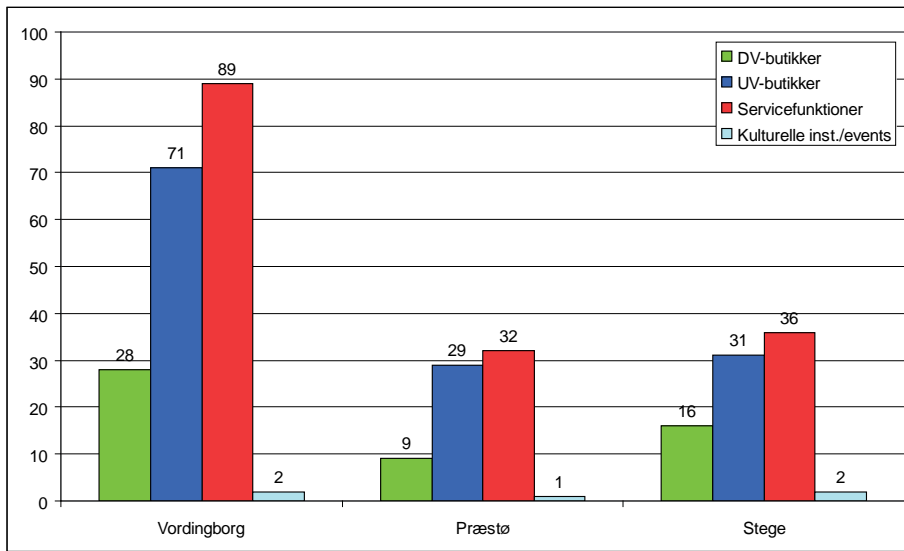
Nok er der en stor andel af butikker i forhold til servicefunktioner i Stege, men byens servicefunktioner og især de større kulturelle funktioner samt events er relativt koncentreret omkring byens handelsstrøg (Storegade) i forhold til i Præstø, hvor de fleste af disse funktioner ligger afsondret fra butikslivet. Det tyder således på – alt andet lige – at borgerne tillægger denne koncentration af alle funktioner, dvs. butikker, kultur, service og events, stor værdi, da det er respondenterne i Stege, der vurderer byens kulturliv højest. I dette kapitel ses samtlige funktioner i en sammenhæng – ligesom resultaterne fra interviewanalyserne inddrages – således, at det overordnede udbud kan sammenlignes de tre byer imellem.



Figur 10.2: "Hvor godt synes du café/restaurantlivet i bymidten er på en skala fra 1-10?"

Tilfredshedsscore:

Vordingborg:	6,7
Præstø:	6,8
Stege:	8,1



Figur 10.3: Antal funktioner i de tre bymidter

5. ICP Shopping Index

For at kunne sammenligne detailhandelskoncentrationer – det være sig bymidter eller butikscentre – har ICP udviklet et benchmarkingværktøj benævnt ICP Shopping Index. Ved hjælp af dette værktøj kan man direkte sammenligne de enkelte udbudspunkter.

Shopping Indexet tager højde for en lang række forhold, som er af betydning for et udbudspunkts evne til at tiltrække og fastholde forbrugerne.

De forskellige faktorer er vægtet i forhold til deres relevans for forbrugerne og består dels af en række målbare faktorer, dels af en række vurderinger foretaget af ICP.

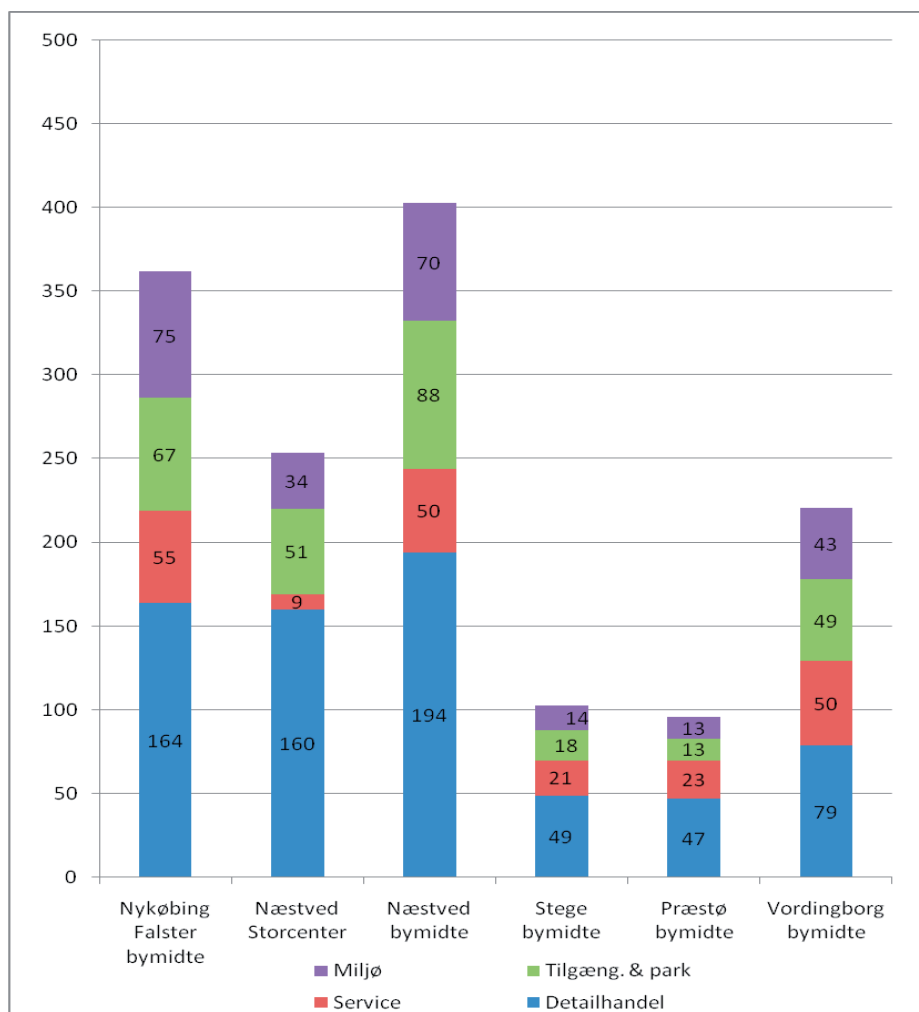
ICP Shopping Index består af 4 kategorier: detailhandel, service, tilgængelighed og parkering samt miljø, som hver har en score og som tilsammen udgør den totale bedømmelse. Nedenfor er vist nogle eksempler på de forhold, der indgår i ICP Shopping Index.

For at give et indtryk af bymidterne i Vordingborg, Præstø og Stege i forhold til Næstved bymidte, Næstved storcenter og Nykøbing Falster bymidte, er der nedenfor foretaget en sammenligning.

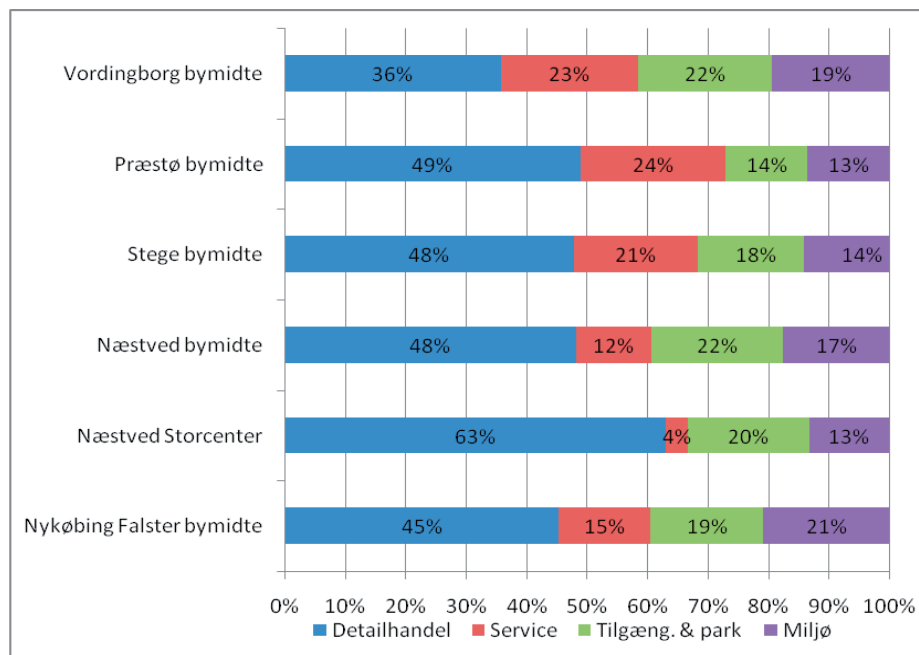
I figur 5.1. vises de 6 udbudspunkters indbyrdes styrker inden for de 4 områder; detailhandel, service, miljø og parkering.

I figur 5.2 vises den procentvise fordeling mellem de 4 kategorier i ICP Shopping Indexet.

Detailhandel	Tilgængelighed og parkering
<ul style="list-style-type: none"> • antal butikker • butikstyper & størrelser • kædestruktur • attraktion • åbningstid 	<ul style="list-style-type: none"> • kapacitet • skiltning • lokalisering • betaling • tilgængelighed
Service	Miljø
<ul style="list-style-type: none"> • restauranter og caféer • underholdning (bowling m.v.) • kulturelle tilbud (biograf, teater m.v.) • serviceydelse 	<ul style="list-style-type: none"> • gadeudstyr • beplantning • gågade • torvedannelser



Figur 5.1 ICP Shopping Index



Figur 5.2 ICP Shopping Index fordeling i procent

Tilgængelighed og parkering

Vordingborg scorer relativt højt i denne kategori. Der er et rimeligt antal parkeringspladser i forhold til butiksudbudet, men først og fremmest er parkeringsfaciliteterne gratis at benytte og spredt på så tilpas mange parkeringsarealer, at alle dele af bymidten let nås.

Næstved og Nykøbing Falster bymidter opnår de højeste scorere, fordi det høje, totale antal parkeringspladser tæller op.

Næstved, Vordingborg og Nykøbing Falster har togstationer tæt ved udbudspunktets kerne. Præstø, Stege og Næstved Storcenter har alene busforbindelser, hvilket trækker ned på den samlede score.

Miljøscoren

For så vidt angår miljøscoren, der bl.a. indbefatter udbudspunkternes stemning, atmosfære samt udsmykning, ligger de tre bymidter Vordingborg, Næstved og Nykøbing Falster markant foran de mindre bymidter samt Næstved Storcenter.

Næstved bymidte scorer højest, hvilket bl.a. skyldes det attraktive handelsliv og bymidtens små hyggelige strøggader og byens centrale torv. Desuden er byens størrelse en attraktion i sig selv. Sidstnævnte indvirker også på scoren i Nykøbing Falster, der endvidere styrkes af byens hyggelige gågademiljø og byens mange kulturelle tilbud.

Vordingborg er mindre end de øvrige byer, men turistelementer som Gåsetårnet og byens rige kulturliv og hyggelige café og shoppingsmuligheder trækker atmosfæren op.

Detailhandelsscoren

Detailhandelsscoren udgør den væsentligste del af Shopping Indexet. Nedenfor knyttes en række kommentarer til hvert af de seks udbudspunkter.

Vordingborg bymidte opnår en relativt god detailhandelsscore, hvilket primært baserer sig på de mange butikker. Der er relativt mange store butikker i bymidten og en rimelig andel af kædebutikker.

Præstø bymidte er, målt på antallet af butikker, det mindste udbudspunkt i denne sammenligning. Andelen af butikker, der er en del af en kapitalkæde, er ligeledes lavere.

Stege bymidte er et væsentligt udbudspunkt for borgerne i især Stege og fra det øvrige opland på Møn. Den gennemsnitlige attraktion og andelen af kædebutikker er høj.

Næstved bymidte er det stærkeste udbudspunkt i denne sammenligning, hvilket især kommer til udtryk på detailhandelsscoren. Her er ca. 160 overvejende attraktive butikker. Næstved bymidte og Næstved Storcenter

tiltrækker kunder fra et stort opland og har en række butikker, som er unikke i denne sammenligning.

Nykøbing Falster bymidte opnår en relativt høj detailscore, hvilket bl.a. skyldes midtbyens attraktive handelsliv med 145 butikker, hvoraf ca. 45% er en del af kapitalkæde.

Servicescoren

Når det kommer til servicescoren, har bymidterne i Vordingborg, Næstved og Nykøbing Falster – i denne sammenligning – mere at byde på end de mindre byer Præstø og Stege, samt Næstved Storcenter. Biografer, bispisningssteder samt mange øvrige servicefunktioner giver de større bymidter et forspring.

Nykøbing Falster opnår i denne sammenligning den højeste servicescore, hvilket primært skyldes det store udbud af servicefunktioner i bymidten.

Vordingborg og Næstved bymidter opnår samme servicescore. Vordingborg har et relativt stort antal servicefunktioner i bymidten set i forhold til byens øvrige butikker.

6. Befolknings og forbrugsforhold

Til brug for vurderinger af udviklingsmulighederne for detailhandelen i Vordingborg kommune, belyses størrelsen af det nuværende og fremtidige forbrug af detailhandelsvarer i husstandene i de forskellige dele af kommunen.

Vordingborg kommune er her opdelt på mindre områder (jf. figur 6.1). Opdelingen er sket på samme måde som i kapitel 2, Detailhandelen i Vordingborg kommune.

Forbruget er beregnet for dagligvarer og udvalgsvarer, hvor sidstnævnte indeholder branchegrupperne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer.

Datagrundlag og horisontår

Der er ved beregningen af forbruget anvendt ICP's bearbejdede af Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser. I denne er husstandenes samlede forbrug af såvel varer og tjenesteydelser nedbrudt på omkring 1.200 grupper, således en meget detaljeret beregning af husstandenes forbrug af detailhandelsvarer er mulig.

Oplysninger om bl.a. indkomst, bolig og befolkningsforhold samt udvikling heri er leveret af Vordingborg kommune, herunder en opgørelse over antallet af borgere og husstande i hvert af de 17 delområder.

Beregningerne og opgørelserne knytter sig til 2007 samt horisontårene 2013 og 2021.

Befolknings og indkomstforhold

Figur 6.2 viser udviklingen i befolkningstallet i Vordingborg Kommune.

Der bor godt 46.600 personer i Vordingborg kommune. Området Lundby er det folkerigeste med 4.100



Figur 6.1 Opdeling af Vordingborg kommune

personer efterfulgt af Stege og Præsto med hver ca. 3.900 personer. Færrest bor der i områderne Jungshoved og Bogø.

Det forventes, at det samlede befolkningstal stiger svagt med 2 procentpoint i perioden 2007 til 2021 i hele Vordingborg kommune betragtet under ét.

Set på landsbasis ventes folketallet, ifølge Danmarks Statistik, at stige fra ca. 5,476 mia. personer i 2007 til 5,685 mia. personer i 2021 – en vækst på ca. 3,8%. Udviklingen i folketallet i Vordingborg kommune ligger på landsgennemsnittet.

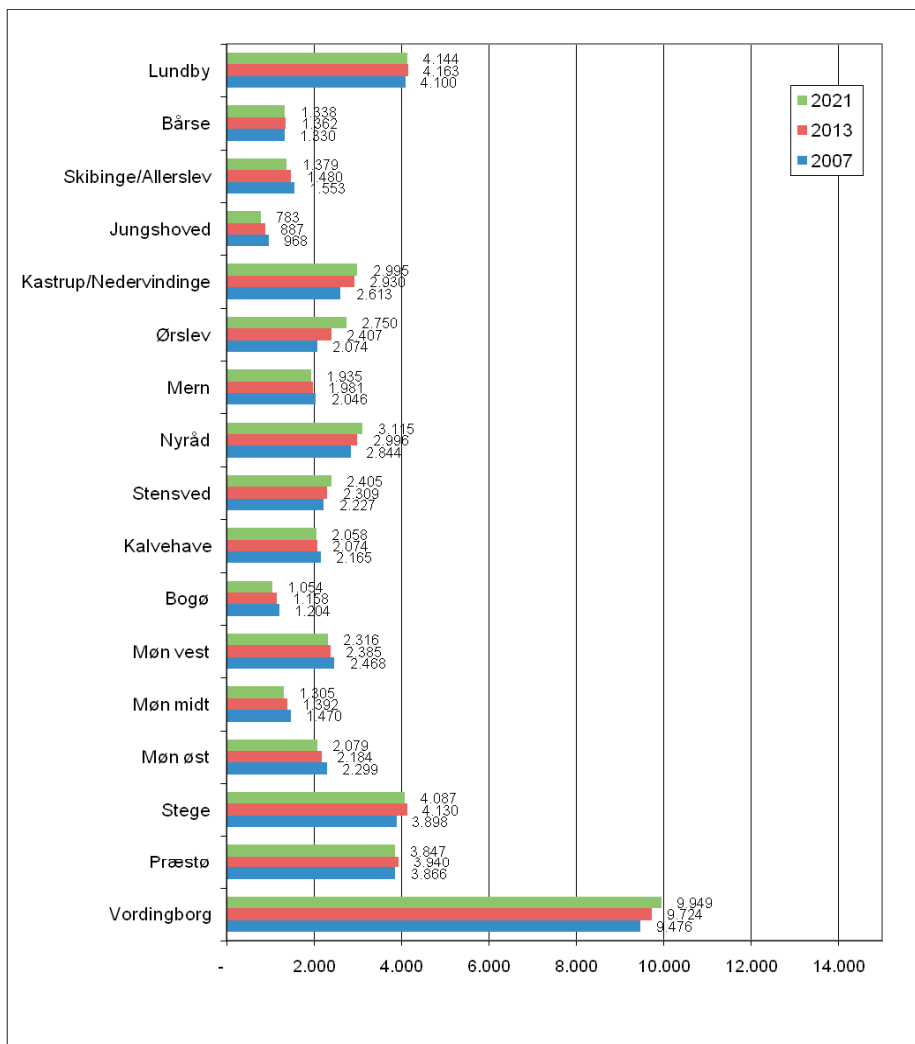
Niveauer for husstandsindkomst og –størrelse

Forbruget i den enkelte husstand afhænger bl.a. af husstandens indkomstniveau samt antallet af personer pr. husstand.

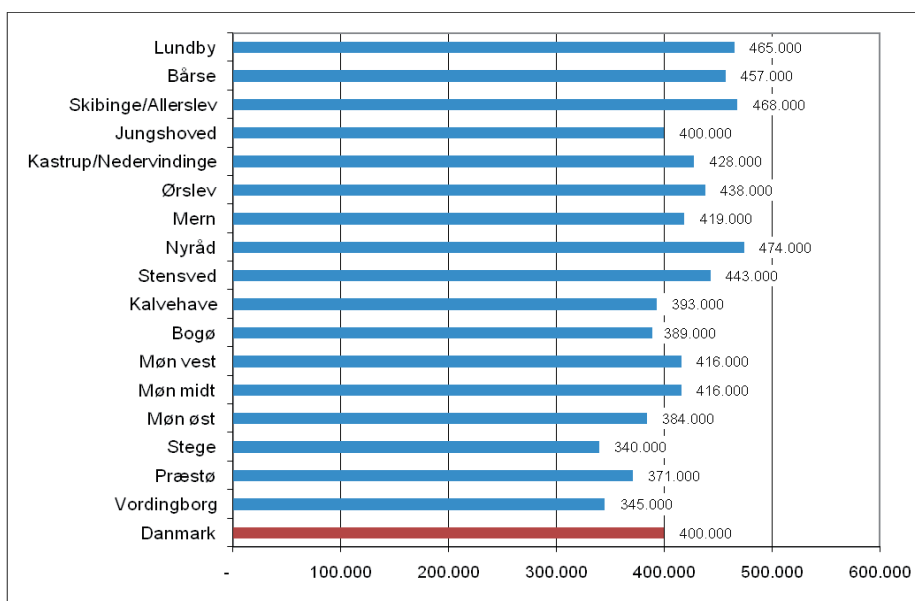
Niveauet for den gennemsnitlige husstandsindkomst i hver af de 17 områder i Vordingborg kommune er vist i figur 6.3. Niveauet svinger noget områderne imellem – lavest er bruttohusstandsindkomsten i Stege (ca. 340.000) og højest i Nyråd (474.000). Landsgennemsnittet er på ca. 400.000 kr.

Antallet af personer pr. husstand indvirker også på husstandens forbrug – og dermed det samlede private forbrug af detailhandelsvarer i et område.

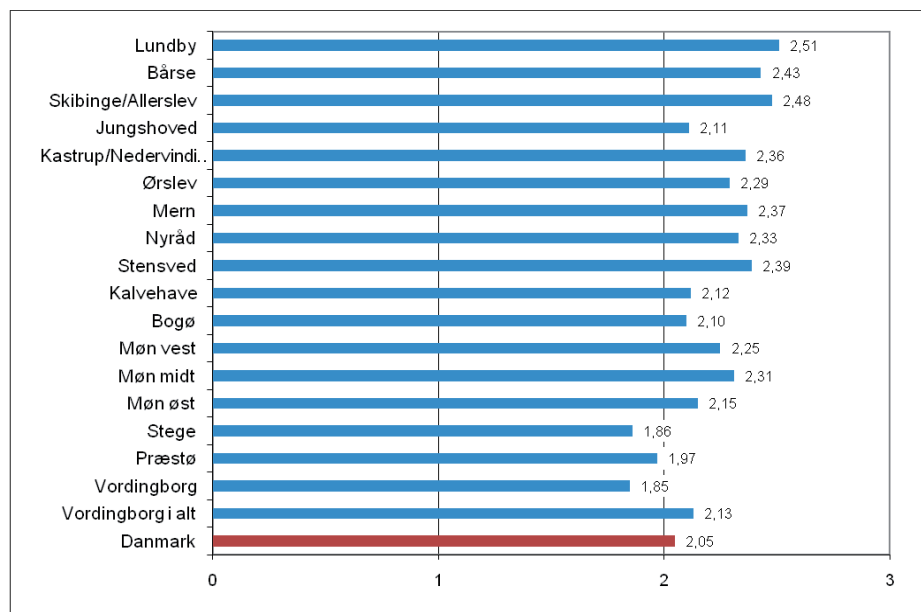
Niveauet for de gennemsnitlige husstandsstørrelser i områderne er vist i figur 6.4. De mindste husstande ses i Stege og Vordingborg – hvilket i høj grad forklarer de lavere husstandsindkomster her – mens der bor flest i en gennemsnitlig husstand i Lundby. Landsgennemsnittet er på 2,05.



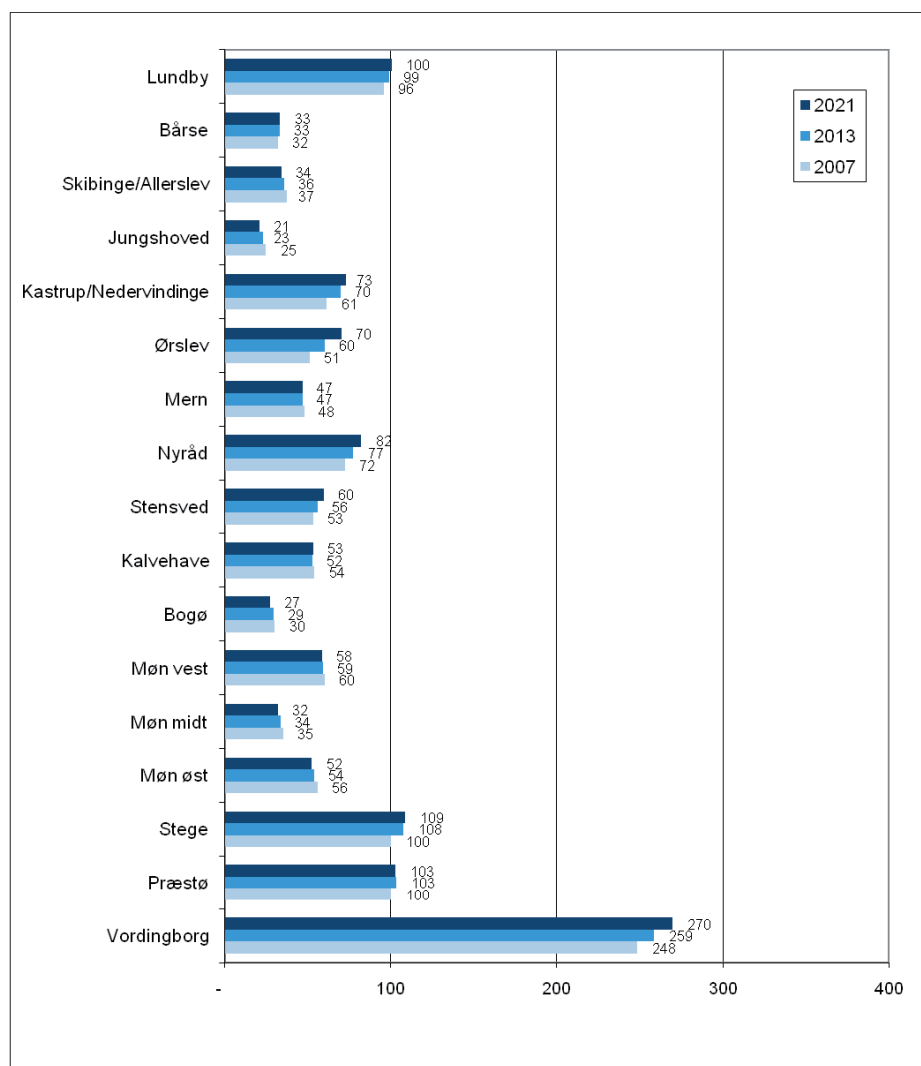
Figur 6.2 Udvikling i folketal frem mod 2021



Figur 6.3 Gennemsnitlige husstandsindkomster



Figur 6.4 Gennemsnitlige husstandsstørrelser



Figur 6.5 Forbrug af dagligvarer (mio. kr. inkl. moms i 2007priser)

Forbrugsforhold

På baggrund af ovenstående oplysninger om befolknings og indkomstforholdene samt ICP's specialtabeller fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser, er forbruget for 2007, 2013 og 2021 beregnet.

Dagligvareforbruget hos borgerne i Vordingborg kommune ses i figur 6.4.

Som det ses, er dagligvareforbruget højest i området Vordingborg, hvor forbruget er beregnet til knap 250 mio. kr. i 2007. Dette ventes at være steget med 9 % til 270 mio. kr. i 2021.

I Jungshoved forventes dagligvareforbruget at falde ca. 16 %, mens den procentvise vækst i det årlige dagligvareforbrug er kraftigst i Ørslev – her er forbruget for 2021 beregnet til at ligge 37 % højere end 2007niveau. Dette skyldes især den kraftige befolkningstilvækst.

I Vordingborg kommune betragtet under ét er dagligvareforbruget for 2007 beregnet til godt 1,15 mia. kr., hvilket ventes at være steget med ca. 6 % til godt 1,2 mia. kr. i 2021.

Forbruget stiger væsentligt mere end antallet af borgere, hvilket skyldes den generelle forbrugsudvikling.

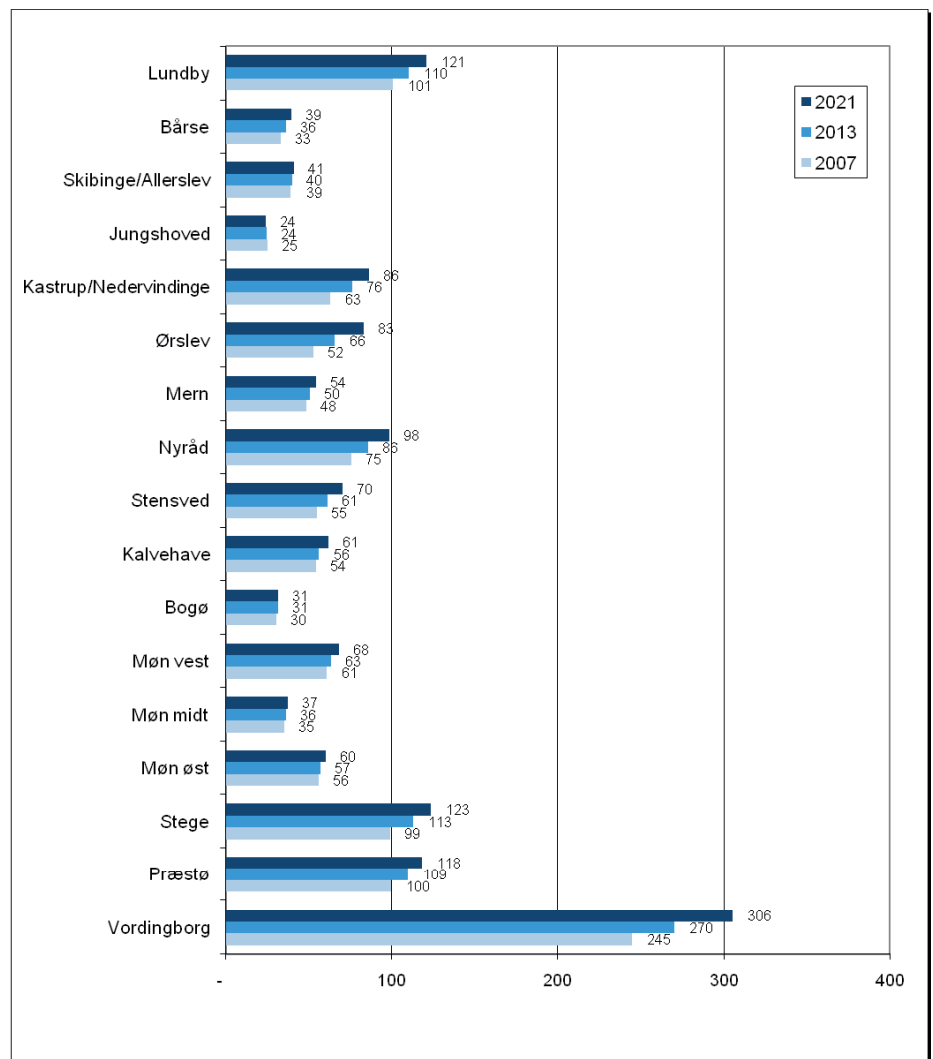
Udviklingen i forbruget af udvalgsvarer er illustreret i figur 6.6. I Vordingborg kommune betragtet under ét er forbruget for 2007 beregnet til 1,17 mia. kr., hvilket ventes at ligge 21% højere på 1,42 mia. kr. i 2021.

Det er fortsat husstandene i Vordingborg, der står for det største forbrug. Her er forbruget af udvalgsvarer i 2007 beregnet til knap 250 mio. kr., hvilket ventes at være steget til 270 mio. kr. i 2021.

Det samlede forbrug af detailhandelsvarer, det vil sige dagligvarer og udvalgsvarer, er for 2007 beregnet til mere end 2,3 mia. kr. når Vordingborg

kommune betragtes samlet. Dette ventes at ligge knap 14% højere på godt 2,6 mia. kr. i 2021.

Det samlede forbrug af detailhandelsvarer i Danmark forventes at stige ca. 16 % i samme periode. Det forventes at dagligvareforbruget i Danmark stiger knap 8%, mens udvalgsvarerforbruget forventes at stige knap 24 % i perioden 2007 til 2021.



Figur 6.6 Forbrug af udvalgsvarer (mio. kr. inkl. moms i 2007priser)

7. Handelsbalance

Ved at sætte den realiserede omsætning i butikkerne i Vordingborg kommune i forhold til forbruget i kommunen fås et udtryk for dækningsgraden eller hvor stor en del af det potentielle forbrug i kommunen, der svarer til omsætningen i kommunens butikker i 2007.

Dækningsgraden afspejler således ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men er alene udtryk for, om der er overskud eller underskud på handelsbalancen.

I det følgende er forholdet mellem omsætningen og forbruget af henholdsvis daglig og udvalgsvarer beregnet for Vordingborg kommune samt for området Vordingborg, hvor Vordingborg bymidte ligger.

Handelsbalance

I hele Vordingborg kommune var der på dagligvarer et forhold mellem omsætning og forbrug på 109%, mens forholdet på udvalgsvaresiden var 68%.

Disse 2 tal viser, at forbrugerne fra kommunens opland beløbsmæssigt køber flere dagligvarer i butikkerne i Vordingborg kommune, end forbrugere fra Vordingborg kommune køber dagligvarer i butikker uden for kommunen. Omvendt er det for udvalgsvarernes vedkommende – her svarer butikernes omsætning til 68% af udvalgsvarerforbruget i kommunens husstande.

Det er især forholdene for Vordingborg kommune betragtet under ét, der er interessante i denne sammenhæng. Ret beset viser de meget højere omsætninger i forhold til forbrug i området Vordingborg kun, at dette om-

	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	Detailhandel i alt
Vordingborg 2007	183	209	185	232	191	196
Vordingborg kommune i alt 2007	109	68	64	74	61	89
Vordingborg kommune i alt 1997	119	70	NA	NA	NA	97

Tabel 7.1 Omsætning/forbrug i Vordingborg kommune i mio. kr. inkl. moms

råde er et relativt snævert afgrænset byområde, hvor kommunens primære udbudspunkt (Vordingborg bymidte) er lokaliseret, men hvor kun en relativt lille del af kommunens husstande findes.

I 1998 fik det tidligere Storstrøms Amt foretaget en detailhandelsanalyse. I denne analyse blev handelsbalancen for Vordingborg kommune bestående af de tidligere kommuner Vordingborg, Præstø, Langebæk og Møn, opgjort til 119 % på dagligvarer og 70 % på udvalgsvarer. Samlet set var handelsbalancen 97 % i 1997.

Hvis man sammenligner handelsbalancen fra 1998 med handelsbalancen fra 2007 har Vordingborg kommune fået en lavere handelsbalance på dagligvarer, mens handelsbalancen på udvalgsvarer er nogenlunde uændret.

Dagligvarer

For dagligvarernes vedkommende viser en omsætning i forhold til forbrug på 109%, at butikkerne i Vordingborg kommune mere end blot "holder dagligvarehandelen hjemme". Butikkerne omsætter for 9% mere end forbruget i kommunen kan forklare. Der må altså tiltrækkes noget dagligvarehandel fra husstande uden for kommunen.

ICP vurderer, at en del kan henføres til turisme – f.eks. de mere end 4.000 sommerhuse i Vordingborg kommune og turisme til bl.a. Møn og Bogø – da sommerhusgæster typisk afføder især dagligvareomsætning.

Vordingborg kommune vurderes ikke at have et nævneværdigt egentligt opland på den anden side af kommunegrænsen.

Udvalgsvarer

Som nævnt er forholdet mellem butikernes udvalgsvareomsætning og husstandenes forbrug af udvalgsvarer lavere end for dagligvarernes vedkommende.

Dette skyldes primært, at der stort set ikke sker nogen udvalgsvarehandel i landområderne samtidig med, at udvalgsvarehandelen i byerne Vordingborg, Præstø og Stege ikke til fulde opvejer dette. Der sker altså en betydelig udhandling.

Det vurderes, at især Næstved Storcenter og Næstved by tiltrækker en stor andel af udvalgsvarerforbruget fra Vordingborg kommune. Også de mange storbutikker beliggende i Næstved yder nogen tiltrækning.

Dette understøttes også af såvel de gennemførte stopinterview og teleanalyser – f.eks. angav mellem 15 og 25% af respondenterne (afhængig af i hvilken by vi spurgte), at de minimum én gang månedligt handler i Næstved. Teleanalysen indikerer endog, at op mod 30% besøger Næstved Storcenter mindst én gang månedligt.

Som det ses af tabellen er udhandlingen størst i relation til beklædning og øvrige udvalgsvarer; varegrupper hvor mærkepræferencen er høj og hvor der er mange priser og kvaliteter at vælge imellem (f.eks. i relation til tøj, sko, briller, guld og sølv m.v.).

Hvor dagligvarer primært købes hyppigere og nærmere bopælen, er forbrugerne oftest villigere til at køre længere efter det store udbud af udvalgsvarer. Det store, varierede og dybe udbud findes i højere grad i Næstved og især i København. Her findes mange mærker og varetyper, som ikke fås i Vordingborg kommune.

København er ikke længere "så langt væk", så for en lang række husstande i Vordingborg kommune er København også en realistisk indkøbsdestination. I teleanalysen angiver 3% af respondenterne, at de primært køber beklædning i København.

Med en handelsbalance på 209% i relation til udvalgsvarer er det tydeligt, at Vordingborg er kommunens væsentligste handelscenter, om end Præstø og Stege også byder på et vist udbud – primært inden for de mere standardiserede varegrupper. Omsætningen i Vordingborg by ligger således dobbelt så højt som det beregnede forbrug i byen, men igen skal det erindres, at hovedbyerne er relativt snævert afgrænset.

8. Kundeinterviewanalyser i Vordingborg, Præstø og Stege bymidter

For at beskrive forbrugernes brug af og holdning til bymidterne i Vordingborg, Præstø og Stege, har ICP gennemført en kundeanalyse. Analysen består af et antal kundeinterviews i hver af de tre bymidter.

Analysen har til formål at fastlægge det nuværende markedsområde, dvs. de områder hvorfra bymidternes kunder primært kommer, samt at kortlægge kundernes holdninger og adfærd i forhold til bymidterne. Desuden kortlægges en række demografiske forhold.

Interviewene blev gennemført sideløbende i de tre byer ultimo i ugerne 29 og 30 i 2008.

De enkelte interviews blev gennemført på forskellige positioner i bymidterne og kun i butikkernes åbningstid. Interviewerne udspurgte tilfældigt valgte kunder og gennemførte kun ét interview for hver indkøbsgruppe¹. Enkelte spørgsmål er specifikt rettede mod de 3 bymidter og kan således ikke sammenlignes.

Baggrundsdata

Indkøbsgruppens størrelse varierer de tre analyser imellem. I Vordingborg er der kun 1 person i langt de fleste tilfælde, mens niveauet er 1,14 personer i Præstø og 1,3 personer i Stege.

Derimod er andelen af kvinder rimelig ensartet – i Stege var andelen 69 %, mens andelen var hhv. 65 % i Vordingborg og 64 % i Præstø.

Aldersfordelingen svinger noget. I Præstø bymidte er der en langt større andel af respondenter under 50 år. Kun ca. 1/3 af respondenterne i

Præstø bymidte er mellem 15 og 50 år, mens andelen er hhv. 49 % i Stege bymidte og hele 56 % i Vordingborg. Dette må antages at skyldes to aspekter, nemlig en højere andel af unge i Vordingborg pga. flere uddannelsesmuligheder samt det faktum, at det større butiksudbud og byatmosfæren tiltrækker flere unge.

Andelen af unge mellem 15 og 29 år er 18 % i Vordingborg – en langt højere andel end i Stege og Præstø.

Andelen af respondenter med bopæl i lokalområdet – det vil i denne sammenhæng sige i det postnummer, hvor bymidten ligger – er højest i Præstø, hvor 72 % af respondenterne bor i 4720 Præstø. I 4760 Vordingborg er andelen 68 %, mens kun 57 % har bopæl i 4780 i interviewanalysen i Stege bymidte.

Det er naturligt nok, at et større og mere varieret udbudspunkt som Vordingborg, har en lavere andel af lokale kunder – der tiltrækkes ganske enkelt flere kunder fra resten af regionen. At andelen er endnu lavere i Stege (hvor 8% kommer fra Hovedstadsområdet) kan ikke umiddelbart forklares.

Når der i Stege og Præstø spørges til, hvor ofte respondenterne handler i nærværende bymidte, er svarfordelingen meget forskelligartet de to bymidter imellem. I Stege svarer 68 %, at de handler her ugentligt, mens 83 % afgiver samme svar i Præstø. I Vordingborg er andelen 75 %.

Når der i Stege og Præstø spørges til, hvor ofte man handler i Vordingborg, er svarfordelingen nogenlunde ensartet – man tager generelt ikke særlig

ofte til Vordingborg. I både Stege og Præstø angiver 11%, at de handler i Vordingborg mindst én gang ugentligt.

Det samme gælder "den anden vej rundt". Respondenterne i Vordingborg handler kun meget sjældent i Stege og Præstø, ligesom respondenterne i disse byer heller ikke i særlig vid udstrækning handler hos hinanden.

Respondenterne handler primært i den af kommunens byer, hvor interviewet er gennemført. Respondenterne i Stege og Præstø handler kun sjældent "hos hinanden", mens søgningen til Vordingborg er lidt større.

Når spørgsmålet går på frekvensen af besøg i Næstved Storcenter, varierer adfærdens noget de tre bymidter imellem. Respondenterne i Stege handler sjældnere i Næstved Storcenter (9 % handler her minimum 23 gange månedligt), end tilfældet er hos kunderne i Præstø (14 %) og Vordingborg (12 %).

Nogenlunde samme tendens ses i besøgsfrekvensen i Nykøbing Falster – her er besøgsfrekvensen dog endnu lavere. I Præstø er der stort set ikke nogen, som benytter sig af butikkerne i Nykøbing Falster. I Stege er andelen der handler dér dobbelt så høj (8% af respondenterne handler her mindst én gang månedligt). Faktisk er det respondenterne i Vordingborg, der oftest tager til Nykøbing Falster (13% handler her mindst én gang månedligt).

Alle respondenter blev også spurgt til deres primære ærinde den pågældende dag i den bymidte, hvori de

¹ Den gruppe af personer intervieweren får kontakt med.

blev interviewet. Rækkefølgen er ens i alle tre byer: flest er her for at klare specifikke indkøb (primært dagligvarer), efterfulgt af kort afstand til bopæl. På 3. pladsen angives – i alle tre bymidter – at deres ærinde har karakter af en udflugt/tur. Meget kan indikere, at disse respondenter er i byen for fornøjelsens skyld og måske bruger længere tid i bymidten.

I Stege er andelen af respondenter, der har angivet udflugt/tur som deres primære ærende langt højere end i de øvrige bymidter – 21% har afgivet dette svar, mens andelen i Præstø er 5% og i Vordingborg 10%.

Generelt er det dagligvareindkøb og afstanden til bopæl, der styrer respondenternes valg af bymidte. Dette er ens i alle 3 bymidter. I Stege er andelen, hvis besøg i bymidten er et led i en udflugt/tur, dog langt højere end i de andre bymidter.

Respondenternes gennemsnitlige opholdstid i de tre bymidter er nogenlunde ensartet i Vordingborg og Stege, nemlig hhv. 54 og 55 minutter. Derimod er opholdstiden nede på 31 minutter i Præstø.

Dette harmonerer med, at det ligeledes er i Præstø, hvor respondenterne besøger færrest steder i løbet af deres besøg i bymidten – 58% besøger kun en enkelt butik/funktion, mens den tilsvarende andel er ca. 40% i de to andre bymidter.

Fælles for alle bymidternes respondenter er, at de primært søger information om byens tilbud i især tilbudsaviser og lokalaviser. Kun få nævner radio, i butikkerne og andet, mens ca. 1/5 ikke ser efter tilbud overhovedet.

Respondenterne i alle bymidter er enige om, at det er atmosfæren, butikkerne og udvalget, der gør "deres" bymidte god, og de fleste savner faktisk intet. 12% af respondenterne i Vordingborg savner dog flere mode-

butikker, mens 8% nævner ønsket om flere caféer. I Præstø efterspørges en slagter, mens 7% af respondenterne i Stege savner det gamle torv. Se figurerne i relation til spørgsmål 12 i bilagene for udtømmende ønskeliste.

I relation til hvilket transportmiddel respondenterne har benyttet for at komme til bymidten, er det i alle byer bil, der nævnes af flest. Andelen er dog markant lavere i Vordingborg, hvor kun godt 40% er kommet med bil. Næsten ingen benytter offentlig transport – dem der ikke er i bil, er enten gående eller på cykel.

Tilfredsheden med butikkernes åbningstid er ret ensartet i Vordingborg og Stege, hvor den gennemsnitlige tilfredshed (på en skala fra 1-10, hvor 10 er bedst) ligger på hhv. 7,2 og 7,6. I Præstø er man noget mere tilfredse, da scoren her er på 8,9.

Tilfredsheden med kulturlivet er rimelig ensartet de tre byer imellem – udsvingene er meget små, men i Stege lander den gennemsnitlige tilfredshed på 7,1 mod 6,8 i Vordingborg.

Større forskelle er der i tilfredsheden med café og restaurantlivet. I Stege er man meget tilfredse (8,1 i gennemsnit), mens niveauet i de to andre bymidter er ca. 6,8.

Også i relation til parkeringsforholdene ligger Præstø og Vordingborg på niveau (ca. 6,8 i gennemsnit), mens tilfredsheden er nede på 5,9 i Stege. Dette er en signifikant forskel, der kan dække over egentlige mangler i parkeringsforholdene i tilknytning til bymidten.

Dette spiller tydeligvis også ind i relation til respondenternes vurdering af, hvor godt trafikken afvikles i den pågældende bymidte: her er Stege nede på 5,6 i snit, mens Præstø ligger på 6,8 og Vordingborg på 7,0.

Afrunding

Den relativt lave størrelse på indkøbsgrupperne i især Vordingborg og i Præstø indikerer, at indkøbssituationen er temmelig hverdagsagtig og rutinepræget. Ved egentlige shoppingture er man typisk flere familiemedlemmer eller venner af sted sammen, mens dagligvareindkøb ofte klares af en enkelt person. I Stege afviger adfærden, da her er flere i en gennemsnitlig indkøbsgruppe.

Dette harmonerer med, at en større andel af respondenterne i Stege besøger bymidten som et led i en udflugt – altså et større moment af fornøjelse.

Vordingborg er det største udbuds punkt af de tre byer, men adfærden hos respondenterne er ikke særlig storbyagtig. I Vordingborg kommer der ikke en væsentlig større andel længere væk fra, ligesom respondenterne i Stege og Præstø kun relativt sjældent besøger Vordingborg – de tager dog endnu sjældnere til Næstved Storcenter og Nykøbing Falster.

I alle byer, dog er tendensen svag i Vordingborg, er bilen det mest anvendte transportmiddel ved besøg i bymidten.

I Stege er tilfredsheden med parkeringsforhold og trafikafvikling markant ringere end i de to øvrige bymidter.

9. Telefoninterviewanalyse

I de kundeinterviews, der blev gennemført i hver af de tre bymidter, blev indkøbsadfærden afdækket, for så vidt angår de forbrugere, der vælger at besøge de respektive bymidter.

En sådan analyse afdækker dog ikke de bevæggrunde, som andre forbrugere må have for ikke at besøge disse bymidter. Derfor har ICP endvidere gennemført en telefoninterviewanalyse med godt 300 husstande beliggende i de områder, som i mindre grad indgik i analysegrundlaget i bymidterne.

Hvor og hvor mange?

Antallet af respondenter i de udvalgte områder er sket på baggrund af antallet af husstande i de respektive områder.

I tabel 9.1 ses hvilke postnumre, der indgår i analysen samt et afrundet tal for områdets vægt i analysen – det vil sige hvor stor en andel af de 300 interviews, der blev gennemført med husstande i det givne område.

I det følgende beskrives analysens resultater. Alle de figurer der refereres til, er at finde i bilag 3.

Baggrundsdata

I analyserne indgår til dels en række baggrundsdata som f.eks. køn, alder m.v. samt spørgsmål i relation til husstandens indkøbsadfærd.

Der er en overvægt af kvindelige respondenter (60 % er kvinder) i analysegrundlaget, men overvægten ikke faktisk en smule lavere end i mange lignende analyser gennemført inden for de senere år.

Den gennemsnitlige alder for respondenterne er ca. 55 år. Det er højere end i analyserne i bymidterne, men inden for normen i relation til teleinterviews.

Område	Andel af interviews
Mern	7 %
Præstø	27 %
Langebæk	3 %
Bogø	4 %
Lundby	12 %
Stege	29 %
Kalvehave	6 %
Askeby	6 %
Borre	6 %
I alt	100 %

Tabel 9.1 Andel af samlet antal interviews

Respondenternes gennemsnitlige husstandsstørrelse ligger på ca. 2,3 personer, hvilket ikke er langt fra gennemsnittet i Vordingborg kommune. I 59 % af husstandene er der én bil, mens der er 2 biler i 24 % af husstandene. I 14 % af husstandene er der ikke bil.

Spørgsmål i relation til indkøbsadfærd

Først blev respondenterne spurgt om, hvor de fortrinsvis køber damebeklædning (dvs. tøj, sko og lignende til kvinder).

12 % angiver, at de slet ikke køber noget, typisk fordi der ingen kvinder er i husstanden. 25 % køber primært damebeklædning i Stege, mens hhv. 17 % og 16 % angiver Vordingborg og Stege. 13 % tager primært til Næstved, mens 3 % primært køber damebeklædning i København.

Nogenlunde samme tendens ses, når der spørges til køb af herrebeklædning – dog ligger Stege og Vordingborg på niveau med hver især 20 % af respondenterne. 18 % kører primært til Næstved, mens 12 % primært benytter butikkerne i Præstø til køb af herremode.

Hvad enten der spørges til køb af dame eller herremode, er Præstø den af kommunens hovedbyer, der benyttes mindst. Næstved yder en relativt stærk tiltrækning, mens kun få primært køber beklædning i København.

Næstved er det den hyppigst nævnte destination (25 %), når der spørges til, hvor husstanden sidst købte forbrugerelektronik, men Stege ligger ikke langt efter (20 %). Bemærk, at hele 10 % har angivet, at det var via internettet de sidst købte elektronik – samme andel, der har svaret hhv. Vordingborg og Præstø.

Internettet er en relativt stor "spiller" i relation til køb af forbrugerelektronik. 10 % har angivet, at de sidst købte elektronik online.

Der er stor spredning på hvor ofte respondenterne tager til Vordingborg og handler. Ca. 1/4 kommer her stort set aldrig, mens ca. 30 % handler i Vordingborg 23 gange pr. halvår. Ca. 18 % handler i Vordingborg mindst én gang ugentligt.

De ca. 57 %, der har angivet, at de kun handler i Vordingborg én gang

månedligt eller sjældnere, er blevet spurgt til baggrunden for den lave besøgsfrekvens. 2/3 angiver, at de i stedet handler lokalt, mens 27 % synes Vordingborg er for langt væk. Det kan være to sider af samme sag, om end der i førstnævnte kategori kan indgå et ønske om at støtte op om det lokale handelsliv.

Af andre grunde nævnes, at man køber ind nær sin arbejdsplads (12 %) eller man handler i Næstved (3 %). Når der spørges til hvor ofte husstanden handler i hhv. Præstø og Stege er fordelingen nogenlunde ensartet (se figurerne i bilag 3). Knap halvdelen kommer her stort set aldrig.

Nogenlunde samme tendens ses i relation til Næstved Storcenter, om end det her er 38 % der angiver, at de stort set aldrig handler dér. 36 % angiver, at de kommer der 23 gange halvårligt. Generelt er besøgsfrekvensen lav i relation til Næstved Storcenter, men andelen der aldrig kommer i centret er lavere. Det tyder på, at Næstved Storcenter er en destination, som benyttes til større – men sjældnere – indkøbsture for en del af respondenterne.

54 % af de adspurgte husstande er godt tilfredse med åbningstiderne i Vordingborg bymidte, mens 10 % er utilfredse.

10. Bymidteafgrænsning af byerne i Vordingborg kommune

Baggrund og metode

Som et led i analysen af detailhandelen i Vordingborg kommune, har ICP foretaget en afgrænsning af bymidterne for byerne Vordingborg, Præstø og Stege i Vordingborg kommune. Dette er sket via anvendelse af den statistiske metode beskrevet i Bekendtgørelse 1093, 28. september 2007.

Det er kun i byer med mere end 5.000 m² detailhandel, at denne metode finder anvendelse.

Metoden fungerer således, at der med baggrund i et udtræk fra CVR indhentes branchekode og adresser på de produktionsenheder, der har adresse i et givent område. Der er 8 hovedafdelinger, som kort kan beskrives som følger:

1. Detailhandel m.v.
2. Hoteller, restauranter m.v.
3. Persontransport
4. Pengeinstitutter, forsikring m.v.
5. Forretningsservice m.v.
6. Offentlig adm. m.v.
7. Sundhedsvæsen
8. Kultur m.v.

Ved hjælp af GISprogrammet MapInfo er alle virksomheder, der falder ind under ovenstående definitioner, stadfæstet i en database, som igen er illustreret grafisk på et kort. Enhederne er illustreret med 8 forskellige farver, én for hver af de respektive grupper.

Dernæst er der – omkring hver enkelt funktion – oprettet en bufferzone med en 25 m radius. Hvor der er overlap mellem disse cirkler, dannes samlede områder, hvor der er mulige bykerner. Enhederne med de tilhørende bufferzoner er gengivet i separate figurer; én for hver by.

Følgende skal dog være opfyldt for at danne en bykerne:

1. Kernen skal rumme mindst én produktionsenhed for 4 hovedgrupper.
2. Kernen skal rumme mindst 2 enheder fra hovedgruppe 1.
3. Kernen skal rumme mindst én produktionsenhed fra hovedgruppe 6, 7 eller 8.

Til de bykerner, der findes via ovenstående metodik, tilføres en randzone med 100 meter radius.

Resultatet er nu en afgrænset bymidte.

Det er muligt at sammenholde de bymidter, der er fundet med statistisk afgrænsning, med de eksisterende bymidteafgrænsninger. Dermed vil man have 2 "lag", hvorfra man – hvis det ønskes – kan lade den nye bymidteafgrænsning udspringe fra det område, som minimum ét af lagene dækker.

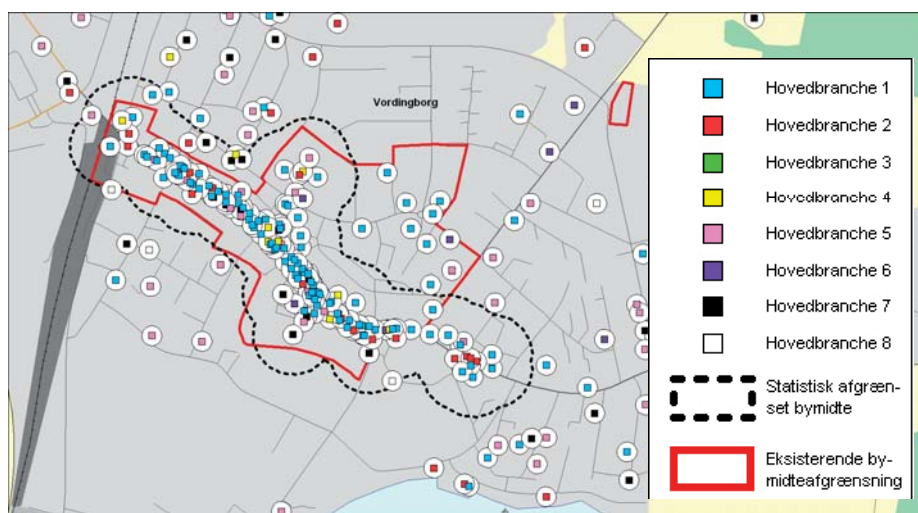
I det følgende præsenteres den statistiske bymidteafgrænsning for hver bymidte med en række kommentarer tilknyttet, ligesom de eksisterende bymidteafgrænsninger er illustreret.

Vordingborg

I figur 10.1 ses den fremkomne afgrænsning af Vordingborg bymidte. De 8 branchegrupper ses af tegnforklaringen.

De hvide zoner om hver enkelt af de farvede enheder, er den 25 m radius, som hver enhed tillægges. Det rødstribede område er den 100 m randzone, som er tillagt de enheder, der overlapper og derudover opfylder kriterierne.

Som det ses af figur 10.1, udspringer bymidten især af de mange funktioner beliggende i Algade. Desuden tilfører funktionerne i især Badstuegade, på Valdemarstorvet og omkring Kirkestræde bymidten geografisk bredde.



Figur 10.1 Vordingborg bymidte afgrænset

Generelt er bymidten i Vordingborg meget langstrakt, men ikke særlig bred. Den nordvestlige ende af bymidten starter omkring jernbanen og Næstvedvejs begyndelse, mens den – mod sydøst – ender lidt efter Riddergade og Krægestræde, omtrent ved Nyraadsvejs begyndelse.

Bymidten fremkommet via den statistiske metode fylder mange steder mere end den hidtidige afgrænsning, ikke mindst mod øst. Derimod tilfører den eksisterende afgrænsning bymidten fylde i den nordøstlige del (ved bl.a. Bryggervangen og Prins Jørgens Alle), hvor den statistiske afgrænsning ikke når ud.

Præstø

I figur 10.2 ses den fremkomne afgrænsning af Præstø bymidte.

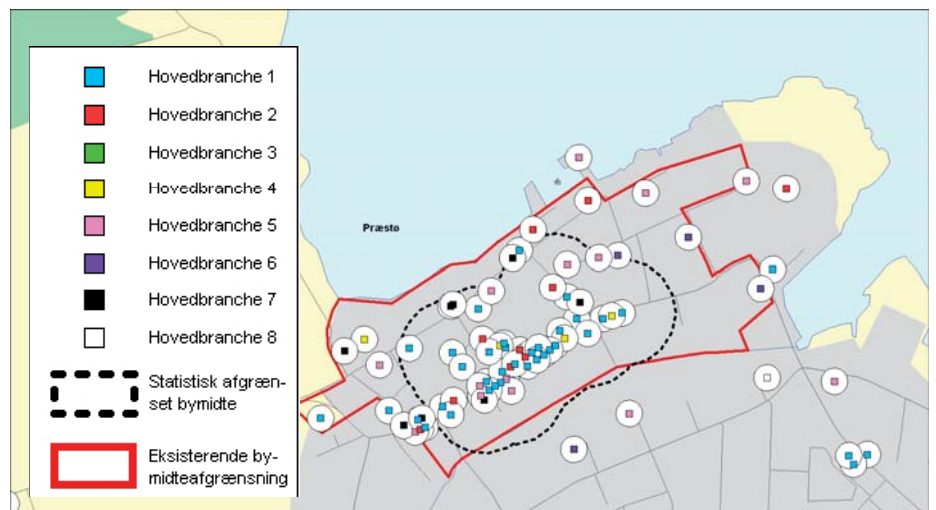
Bymidten udspringer af funktioner beliggende i især Adelgade, men bymidten tilføres bredde af funktioner beliggende ved Svend Gønges Torv og Torvestræde.

Bymidten kunne umiddelbart synes at strække sig længere mod sydvest (Adelgade), men grundet manglende overlap mellem funktionernes 25meters randzoner ved Adelgade 21 og 30, kan denne del ikke tillægges bymidten ud fra den statistiske metode. Dette kan dog ikke ses af figuren grundet overlappet med den eksisterende afgrænsning.

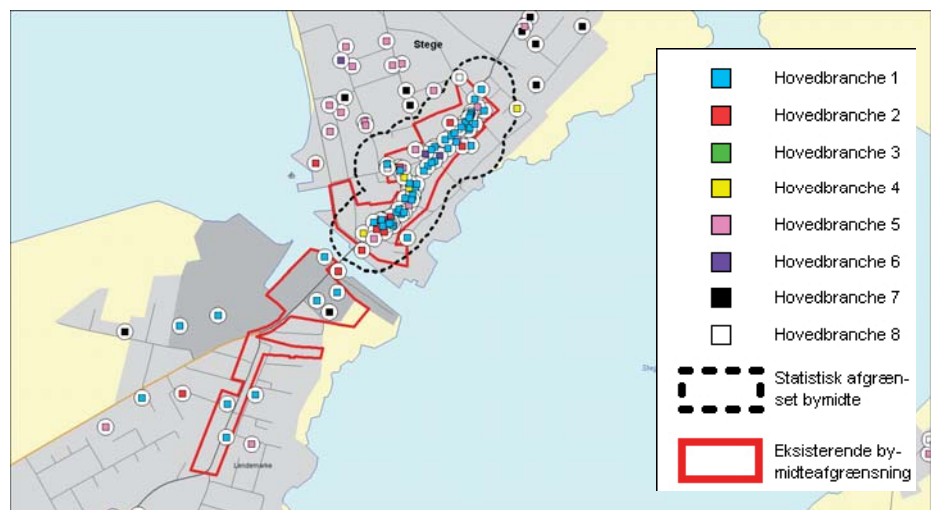
Stege

I figur 10.3 ses den fremkomne afgrænsning af Stege bymidte. Bymidten er relativt langstrakt startende ved Store Bro og sluttende ved Møns Museum og Lohmannsvej mod nord. Ligesom i Vordingborg er bymidten relativt langstrakt, dog tilfører funktionerne omkring Torvet bymidten noget geografisk bredde.

I de fleste dele af bymidten er det den statistiske afgrænsning, der giver bymidten størst fylde, da afgrænsningen næsten omslutter hele den eksisterende afgrænsning.



Figur 10.2 Præstø bymidte afgrænset



Figur 10.3 Stege bymidte afgrænset

Mod nordvest går den statistisk afgrænsede bymidte helt til Dragestræde og Dybbrostræde, mens den mod nordøst er udvidet med 100 meter.

Syd for broen, i Lendemarke, er det den eksisterende afgrænsning, der skaber bymidte.

Afrunding

Helt overordnet viste den statistiske afgrænsning af hovedbyerne i Vordingborg Kommune, at der er mulighed for at udvide bymidten især i Vordingborg og i nogen grad i Stege. Udvidelsesmulighederne er ringe i Præstø.

11. Tendenser på detailhandelsområdet

På baggrund af ICP's viden om væsentlige udviklingstræk på detailhandelsområdet beskrives i dette afsnit de tendenser, som vurderes at ville påvirke udviklingen i de kommende år.

Nogle af de faktorer, som har væsentlig indflydelse på detailhandelens udvikling, er af generel karakter, mens andre har en mere direkte forbindelse med driftsforholdene i de forskellige brancher.

Generelle forhold Forbrugerne

Uanset om der vil ske en økonomisk vækst, vil forbrugerne i de kommende år stille større krav til detailhandelen med hensyn til bl.a. butikkernes vareudvalg, varernes kvalitet samt butikernes prispolitik.

Den fremtidige forbruger vil være mere bevidst i forbindelse med sine indkøb. Der må generelt forventes en skærpet konkurrence i detailhandelen. Eksisterende lavprisformer inden for butikstyperne vil få større betydning og nye butikstyper baseret på et lavpris-koncept vil blive udviklet.

For den enkelte forbruger vil den stærke pris-konkurrence imidlertid ikke betyde et enten/eller, men et både/og ved valg af indkøbssted. Forbrugeren vil i nogle situationer søge at realisere de prisfordele, som forskellige lavprisformer vil kunne tilbyde. I andre situationer vil forbrugeren søge mod det indkøbssted, hvor f.eks. vareudbudet er mere specialiseret, servicegraden er højere, og omgivelserne er mere spændende og tiltalende, og det vil forbrugeren så til gengæld også betale en merpris for.

Forbrugerne vil lægge vægt på, at der er et stort vare- og/eller butiksudvalg i det enkelte indkøbssted. Dette for-

hold – kombineret med forbrugernes generelt øgede mobilitet – bevirker, at afstanden til indkøbsstedet vil få aftagende betydning. Denne udvikling vil give en tendens til en geografisk koncentration af detailhandelen i færre punkter.



Generelt er der en stor overkapacitet i det nuværende butiksnet, det vil sige, at der er langt mere butiksareal, end der er behov for.

En del af denne overkapacitet er imidlertid af teknisk karakter, idet meget af dette butiksareal har en forkert beliggenhed i forhold til, hvor forbrugerne ønsker at købe ind, og hvor der derfor kan skabes den fornødne rentabilitet i butiksdriften.

Den geografiske indsnævring af den funktionelle bykerne man har kunnet iagttage i de senere år i mange byområder, kan ses i denne sammenhæng. Der er i det hele taget en generel tendens til, at omsætningen pr. arealenhed inden for detailhandelen er faldende i disse år. Det vil sige, at selvom forbruget har været stigende i en lang årrække, så har tilvæksten i detailhandelsarealet været så meget større, at arealeffektiviteten (målt som omsætningen pr. arealenhed) har været faldende. Dette er en international tendens.

Lukkeloven

I de senere år er der gennemført flere

lempelser i lov om butikstid. Således gives der nu butikkerne mulighed for at holde åbent 21 søndage om året. Den væsentligste ændring i forhold til tidligere er dog stadig, at der gives butikkerne mulighed for at holde døgnåbent fra kl. 06 mandag morgen til kl. 17 lørdag eftermiddag.

Desuden må dagligvarebutikker, med en årlig omsætning på indtil 29,8 mio. kr. inkl. moms (2008), holde åbent på søn- og helligdage.



Specielt muligheden for generelt forlænget åbningstid om lørdagen har været positiv for detailhandelen i de større centre, der kan samordne åbningstiderne.

Ligeledes har det kunnet konstateres, at dagligvarebutikker, der ligger under ovennævnte omsætningsgrænse og som er beliggende i mindre lokalsamfund, har fået en væsentlig omsætningsfremgang.

En forøgelse af antallet af åbningstimer i butikkerne vil kunne lette noget af presset på de butikker, som i dag er stærkt belastede og derved mindske behovet for arealudvidelser.

En yderligere liberalisering af lukkeloven ventes at betyde, at omsætningen vil falde især for de dagligvarebutikker, der har kunnet holde åbent om søndagen pga. lav omsætning samt tankstationer.

Inden for udvalgsvarer ventes en liberalisering af lukkeloven især at være positiv for detailhandelen i de større centre, der kan samordne og markedsføre åbningstiderne.

E-handel og postordre

Handel over internettet har igennem de senere år været stigende.

Internettet har opnået en meget stor betydning inden for en lang række serviceområder som bankvirksomhed, handel med rejser m.v.

Der findes ikke statistik, der belyser hvilken betydning nethandel har for den traditionelle detailhandel, ligesom der ikke er nogen klar skillelinje mellem e-handel, traditionel postordre og varer, der bestilles over nettet, men afhentes i en butik.

Nethandlens brancheorganisationer har heller ikke noget klart billede af den del af nethandelen, der alene omfatter detailhandelsvarer.

Samlet set vurderes det, at nethandel og prostordre med detailhandelsrelaterede varer udgør omkring 5-10% af den samlede detailhandelsomsætning i Danmark, der i 2007 udgjorde omkring 220 mia. kr. inkl. moms.

Behov for butiksareal

Selvom der i visse områder er en overkapacitet i butiksnettet, og selvom øgede åbningstider bliver indført og andre salgsformer som e-handel vinder frem, så vil der stadig, som følge af den almindelige strukturudvikling i detailhandelen og ændringer i forbrugernes indkøbsadfærd, være behov for nyt butiksareal i de rigtige beliggenheder.

Der vil derfor også i de kommende år være interesse for investeringer i butikker/butikcentre i eksisterende byområder, bl.a. i forbindelse med byfornyelse og revitalisering. For investorerne vil butiksprojekter i de rigtige beliggenheder og rette størrelser også fortsat være interessante, bl.a. fordi detailhandelen generelt

kan betale højere huslejer end andre lejer kategorier.

Ved en vurdering af butiksprojekter skal det også tages i betragtning, at folketallet generelt er stagnerende. Ligeledes kan det totale forbrug af varer, som omsættes gennem detailhandelen, forventes at være relativt svagt stigende i løbet af de næste 8-10 år.

Planloven

I et forsøg på at dæmme op for detailhandelens stigende fokusering på de større byer, blev der i 1997 gennemført en væsentlig stramning af den eksisterende planlov.

Denne ændring er dog blevet revideret ved lovændringer i 2002 og senest i juli 2007.

Der stilles således øgede krav til en regulering af udviklingen, herunder målsætning og dokumentation i kommuneplanerne, ligesom lokalplaner skal opfylde en række krav.

Den seneste ændring har bevirket at der er indført maksimale butiksstørrelser på 3.500 m² for dagligvarebutikker og generelt 2.000 m² for udvalgsvarerbutikker. Hertil kan lægges 200 m² til personalefaciliteter.

Der kan i byer med mere end 40.000 indbyggere planlægges for udvalgsvarerbutikker større end 2.000 m² i bymidterne, dog max. 3 stk. i hver planperiode.

Bymidterne defineres ved hjælp af en matematisk model.

I byer med 20.000 – 40.000 indbyggere kan der planlægges for bydelscentre med et bruttoareal på indtil 5.000 m². I byer med mere end 40.000 indbyggere fastsætter kommunalbestyrelsen det maksimale bruttoareal til butikker.

Dagligvaresektoren

Den fremtidige butiksstruktur i dagligvaresektoren vil være præget af færre, men større butikker.

Supermarkeder

Supermarkederne har omkring halvdelen af omsætningen i de store dagligvarebutikker, og denne butikstype findes nu i alle byer med mere end 3.000 indbyggere.



En butikstype som varehuset (Kvickly, Føtex m.fl.) har ligeledes fået stigende betydning og findes nu i alle byer med mere end 20.000 indbyggere uden for Københavnsområdet.

Discountbutikker

I forbindelse med de senere års stærke priskonkurrence har discountbutikken, som i sin markedsføring fremhæver sit lave prisniveau, opnået en omsætning på 30 % af det totale dagligvaremarked.

Samtidig har discountbutikken fået en udbredelse, hvor den nu forekommer i alle byer over 5.000 indbyggere, samt i næsten tre fjerdedele af byerne mellem 3.000 og 5.000 indbyggere.

Når discountbutikken ofte findes i selv relativt små markedsområder, har det sammenhæng med, at discountbutikken i sit udviklingsforløb har ændret sig fra sit oprindelige koncept. Således har discountbutikken udvidet sit varesortiment med de mere omkostningstunge og personalekrævende ferskvarer som f.eks. frugt/grønt, mejeriprodukter og slagtervarer.

Herved dækker discountbutikken så stor en andel af forbruget på dagligvareområdet, at den i visse mindre byer og markedsområder fungerer som en nærbutik i konkurrence med minimarkedet, som i sit udviklingsforløb som butikstype efterhånden har forøget sit

butikksareal, udvidet sit sortiment og forbedret sit serviceniveau, men som også derved har forøget sit omkostningsniveau.

Det må forventes, at discountbutikernes antal og betydning vil øges, og at mange af dem vil få en rolle som nærbutik.

Lavprisvarehuse

Danmarks eneste lavprisvarehuskoncept er Bilka. Der er de senere år etableret 3 Bilka-varehuse i henholdsvis Viborg, Horsens og shoppingcentret Field's i Ørestaden.

Regler om en maksimal butiksstørrelse på 3.500 m² for dagligvarebutikker begrænser dog etableringen af egentlige nye lavprisvarehuse.



Fødevarer specialbutikker

I den stærke priskonkurrence, som må forventes at gøre sig gældende i de kommende år, vil antallet af specialbutikker som slagtere, bagere, fiskeforretninger m.m. blive kraftigt reduceret.

I de større dagligvarebutikker vil der i stadigt stigende omfang blive etableret specialafdelinger, som vil påføre specialbutikkerne konkurrence.

Specialbutikkerne vil kræve et stort kundeunderlag, og vil derfor generelt have svært ved at overleve, når de ligger for sig selv eller i lokalcentre og endog i visse mindre kommunecentre/bydelscentre.

Specialbutikkerne har også vanskeligheder med at betale omkostningerne ved en beliggenhed i butikscentre,



hvor de kunne drage fordel af den store kundestrøm, som centrenes øvrige butikker skaber.

Som modtræk mod de større dagligvarebutikker vil man i fremtiden formentlig kunne se, at der vil opstå nye butikksformer inden for specialbutiksområdet baseret på kvalitet og indkøbsoplevelse for forbrugerne. Dette vil primært ske i de større byer.

Tankstationer/kiosker

I de senere år har døgnkiosker og kiosker i forbindelse med tankstationer, fået en stadigt større del af omsætningen inden for dagligvareområdet. I især de mindre byer udgør tankstationerne en væsentlig del af dagligvareforsyningen.

Det ventes, at denne udvikling vil fortsætte bl.a. via etablering af profilerede kæder på området. Omvendt vil en yderligere liberalisering af lov om butikstid kunne bevirke, at de øvrige dagligvarebutikker kan genvinde en del af den omsætning, de i de senere år har mistet til kioskerne.

Udespisning

Fastfood, take-away og udespisning forventes generelt i de kommende år at erstatte en stadigt større del af forbrugernes indkøb af fødevarer.

Ser på forbrugsundersøgelsen fra Danmarks Statistik udgør det beløb som forbrugerne anvender til udespis-

ning inkl. køb i kantine 15-20% af det samlede forbrug af dagligvarer. Det tilsvarende tal i USA er 50%.

Der hersker generel enighed om, at andelen i Danmark vil stige, men i hvilken grad, vil afhænge af de generelle konjunkturer, modestrømninger og holdninger til madlavning.

Udvalgsvaresektoren Butiksstørrelse

Generelt vil udvalgsvarebutikkerne blive større. De meget store butikker vil i deres beliggenhedsvalg i stor udstrækning være uafhængige af en placering sammen med andre butikker.

Planloven, hvor der er sat en generel arealgrænse for udvalgsvarebutikker på 2.000 m², vil dog begrænse udbredelsen af en række nye storbutikskoncepter.

Profilering

Der vil ske en skarpere profilering af den enkelte butik/kæde, bl.a. som grundlag for at kunne udnytte bestemte dele af markedet, ved at rette sit vareudvalg eller sin forretningsform mod bestemte kundegrupper/forbrugssituationer.

Også inden for udvalgsvaresektoren vil priskonkurrencen blive forstærket.

Nogle detailhandelsvirksomheder vil satse på en udstrakt specialisering

af deres udbud, mens andre f.eks. vil koncentrere deres varesortiment på relativt få varegrupper/varianter, for at kunne holde deres omkostningsniveau nede. I denne sammenhæng vil store lavprisbutikker i forskellige brancher vinde frem.



Kædedannelse

Kædevirksomheder – både kapitalkæder som er centralt ejet og drevet og frivillige kæder og indkøbssamarbejder har i de seneste år fået en stærkt stigende del af markedet, og i dag præges lejermålene i butikscentrene af butikker, som ejes og styres centralt.

Det må forventes, at de egentlige kæder vil få en stærkt øget betydning, og at medlemmerne i frivillige kæder og indkøbsforeninger må underkaste sig en stærkere central styring, for at kunne imødegå konkurrencen fra de egentlige kædevirksomheder.

Inden for de seneste par år, er nogle frivillige kæde bl.a. Matas, Tøjeksper-ten, Biva og Imerco blevet opkøbt af kapitalfonde og omdannet til kapitalkæder.

Lokalisering af udvalgsvarebutikker

Da forbrugerne er mere frit stillet med hensyn til, hvornår de foretager deres udvalgsvarekøb, er udvalgsvarebutikker af langt mindre betydning i det samlede servicebillede end dagligvarebutikker.

Beliggenheden af udvalgsvarebutikkerne i forhold til forbrugernes bopæl, er derfor ikke af så stor betydning som for dagligvarebutikkernes vedkommende.

Også inden for udvalgsvaresektoren vil der gøre sig stærke koncentrationstendenser gældende, både med hensyn til beliggenhed, størrelse af butikkerne og organisationsform.

Styrken af disse tendenser vil dog variere mellem hovedgrupper af brancher og butikstyper og dermed få betydning for detailhandelens beliggenhedsvalg.

Generelt er beliggenheden blevet den altafgørende faktor i detailhandelens vurderinger i forbindelse med investeringer i nye butikker.

For mange brancher er f.eks. huslejen for butikslokalerne af mindre betydning end kravet til en god beliggenhed.



På investorsiden vil forhold som en øget kædedannelse og etablering af udenlandske detailvirksomheder være af stor betydning for lokaliseringen og trække investeringerne mod de større centre.

Inden for beklædningsområdet vil tendenserne til en centralisering af udbuddet være størst.

Forbrugernes krav om et stort og varieret udbud af varer og butikker, når de skal købe beklædning, betyder, at de vil søge mod de større centre.

I de øvrige udvalgsvarebrancher vil især de mest specialiserede brancher søge en beliggenhed i de større centre.

Butikker i de brancher, hvor udvalgspræget er mindre, eller brancher, som udbyder relativt standardiserede udvalgsvarer (f.eks. sammenlignelige mærkevarer), vil i større udstrækning kunne drives i mindre detailhandelskoncentrationer på kommune- og bydelscenterniveauet.



Der vil fortsat blive etableret storbutikker inden for en række udvalgsvarebrancher, f.eks. radio/TV/ elektronik, autoudstyr, tæpper og hårde hvidevarer.

Fremadrettet skal udviklingen, for så vidt angår disse butikstyper, foregå i bymidterne. Generelt må butikkerne ikke være større end 2.000 m².

I byer med mere end 40.000 indbyggere, kan der desuden etableres 3 udvalgsvarebutikker over 2.000 m² i bymidterne i hver 4-årig planperiode.

Udbygningen i byernes udkant, vil kun kunne fortsætte, hvor gamle lokalplaner åbner mulighed herfor samt i aflastningscentre i Århus og København.

Hvad angår køkkener er der de seneste 5-10 år sket en markant vækst i salget.

Væksten har været drevet af det generelle økonomiske opsving samt af muligheden for låneomlægning og belåning af friværdier betinget af de stigende boligpriser.

Køkkenbutikkerne er størrelsesmæssigt op til 1.500 m², men de fleste er dog under 700 m². Det er vort indtryk, at der de seneste år er etableret en del butikker. Dette er sket i kraft af et bredere udbud inden for området. Butikkerne er meget beliggenhedsorienterede og betjener typisk et meget stort område. Butikkerne placerer sig gerne sammen med andre køkkenbutikker.

Forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

Denne kategori er i dag udtømmende defineret i Planloven som butikker der "alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten og betonvarer samt i særlige tilfælde møbler". I tømmerhandler, kan der tilknyttes et byggemarked på max. 2.000 m².

Kommunerne afgør størrelsen og beliggenheden af disse butikstyper, dog med særlige regler for placering af møbelbutikker.

Møbelbutikker skal som udgangspunkt placeres i bymidten, subsidiært i bydelscentre, dog kan kommunerne placere møbelbutikker i områder, der er udlagt til butikker, der forhandler særligt arealkrævende varegrupper. Dette kræver en beskrivelse af, hvorfor en placering i bymidten/bydelscentre ikke lader sig gøre.

Bilforhandlere

Der er i de seneste 15 år sket store omvæltninger i bilforhandlerbranchen. Koncentrationstendenserne har slået igennem på flere planer.

Geografisk samler forhandlerne sig i klynger. Det har vist sig, at der er stor synergieffekt ved at placere sig sammen med andre forhandlere. På den måde synes udbuddet større og forbrugerne vil, når de besøger disse udbud, let kunne bevæge sig mellem forhandlerne. Et eksempel på dette er "Bilbyen Silkeborg"

DAF (Danmarks Automobilforhandler Forening) der generelt organiserer de

større forhandlere, har i dag ca. 600 forhandlere med ca. 1.000 udsalgssteder.

Dette tal forventer DAF vil være nogenlunde uforandret over de nærmeste år.

Antallet af forhandlere og udsalgssteder er generelt faldet med mere end 30% over de sidste 10 år.

Udviklingen er bl.a. slået igennem, hvor der før i en del byer lå 2 forhandlere, der førte mærker fra samme fabriks og distributionsfusionerede virksomhed. I dag er der næsten i alle byer kun én forhandler af et bestemt mærke, hvor mange samtidig har flere mærker i samme butik.

Udviklingen går samtidig imod, at nyproducerede biler skal serviceres væsentligt mindre – ca. kun halvt så ofte – som hidtil. Dette betyder dels, at de arealer der disponeres til værksteder bliver mindre, dels at en væsentlig del af omsætningen forsvinder i de udsalgssteder, der har tilknyttet værksted.

Det er vor vurdering, at der kun i meget begrænset omfang vil ske en etablering af forhandlere, der udelukkende sælger brugte biler, som vil afføde et behov for omdannelse og nybyggeri til butikker, der forhandler særligt arealkrævende varer.

Byggemarkeder og møbelbutikker

Generelt er der på landsplan en overkapacitet i denne branche. Udviklingen er præget dels af brancheglidning dels af behovet for gode placeringer, gerne sammen med andre butikker.

Sortimentet udvides i disse år i byggemarkederne til også at omfatte cykler, møbler, lamper, et egentlig farvehandelssortiment samt lejlighedsvis en lang række varer i øvrigt f.eks. standardiseret beklædning.

Arealbehovet går for tiden i 2 retninger. Jem & Fix, der stort set alene har egentlige byggemarkedsartikler og blot bruger et areal på ca. 1.000 –

1.200 m² og i den anden ende af skalaen Bauhaus, som med sine største butikker i bl.a. Herning, Holbæk og Randers, har et areal omkring 15.000 m².

Kravet til beliggenhed er ens for alle butikker. Stor synlighed og gerne sammen med andre butikker, selvom de største ikke på samme måde som de mindre er afhængig af beliggenheden sammen med andre.

Et discountbyggemarked som f.eks. Jem & Fix vil i høj grad være afhængig af placering sammen med andre. De vil derfor søge en placering sammen med andre byggemarkeder eller udvalgswarebutikker. Da deres arealkrav er maksimalt 1.500 m², kan etableringer tættere på bymidten også komme på tale.

Hvad angår møbelbutikker vurderes det, at udviklingen går i retning af skarpere koncepter. De store koncepter vil blive endnu større 5-6.000 m² (Idémøbler) og omkring 30.000 m² (Ikea Aalborg, Odense og Århus) mens butikker som f.eks. BIVA etablerer butikker i størrelsesordenen 1.000 – 1.500 m².

De store vil som f.eks. Ikea inddrage flere brancheområder i deres sortiment og vil derfor i nogle tilfælde i højere grad blive boligindretningsbutikker end egentlige møbelbutikker.



De allerstørste butikker vil i mindre udstrækning have brug for at ligge sammen med andre butikker, men deres krav til synlighed og tilgængelighed med bil og offentlige transportmidler vil være stigende.

Bilag 1

ICP's branchefortegnelse og –gruppering

1. DAGLIGVARER

- 15.81.20 Bagerforretninger
- 50.50.20 Servicestationer med kiosksalg
- 52.11.10 Kolonialhandel
- 52.11.20 Døgnkiosker
- 52.11.30 Supermarkeder. Forretninger med fuldt fødevarsortiment og et salgsareal på mindst 400 m² hvor non-food-varer som hovedregel udgør mindre end 20% af detailomsætningen.
- 52.11.40 Discountbutikker
- 52.12.10 Varehuse. Selvbetjeningsbutikker med fuldt fødevarsortiment, hvor omsætningen af non-food-varer udgør mere end 20% af den samlede omsætning og hvor salgsarealet udgør mindst 1.500m².
- 52.21.00 Frugt og grøntforretninger
- 52.22.00 Slagter- og viktualieforretninger
- 52.23.00 Fisk- og vildtforretninger
- 52.24.10 Brødudsalg
- 52.24.20 Chokolade- og konfektforretninger
- 52.25.00 Vinforretninger
- 52.26.00 Tobaksforretninger
- 52.27.10 Osteforretninger
- 52.27.30 Helsekostforretninger
- 52.27.90 Detailhandel med føde- drikke- og tobaksvarer fra specialforretninger i øvrigt.
- 52.31.00 Apoteker
- 52.32.00 Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler
- 52.33.10 Parfumerier
- 52.33.20 Materialister
- 52.48.75 Blomsterforretninger
- 71.40.10 Udlejning af videobånd

2. BEKLÆDNING

- 52.12.20 Stormagasiner
- 52.41.00 Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv.
- 52.42.10 Dametøjsforretninger
- 52.42.20 Herretøjsforretninger
- 52.42.30 Herre- og dametøjsforretninger (blandet)
- 52.42.40 Babyudstyrs- og børnetøjforretninger excl. barnevognsforretninger
- 52.43.10 Skotøjsforretninger
- 52.50.90 Forhandlere af brugt tøj
- 52.61.00 Detailhandel fra postordreforretninger

3. BOLIGUDSTYR

- 45.31.00 El-installatører med butikshandel
- 45.33.00 VVS-installatører og blikkenslagerforretninger
- 45.43.10 Gulvbelægnings- og vægbeklædningsvirksomhed
- 45.44.20 Glarmesterforretninger med butikshandel
- 52.44.10 Møbelforretninger *)
- 52.44.30 Boligtekstilforretninger
- 52.44.40 Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager m.v.
- 52.44.50 Detailhandel med belysningsartikler
- 52.45.10 Detailhandel med elektriske husholdningsmaskiner og apparater herunder hårde hvidevarer, støvsugere & symaskiner
- 52.45.20 Radio- og tv-forretninger

- 52.46.10 Isenkramforretninger
- 52.46.20 Byggemarkeder *)
- 52.46.30 Farve- og tapetforretninger
- 52.48.01 Tæppeforretninger
- 52.48.30 Forhandlere af gaveartikler og brugskunst (gaveboder)
- 52.48.35 Kunsthandle og gallerivirksomhed
- 52.48.66 Detailhandel med computere og standardsoftware
- 52.48.70 Detailhandel med telekommunikationsudstyr
- 52.48.80 Planteforhandlere og havecentre
- 52.50.20 Antikvitetsforretninger
- 52.50.90 Andre forhandlere af brugte varer
- 52.61.00 Detailhandel fra postordreforretninger
- 52.74.60 Låsesmede – hvis salgslokale
- 71.33.10 Udlejning af edbmaskiner – hvis salgslokale
- 71.33.20 Udlejning af kontormaskiner – hvis salgslokale
- Køkkenbutikker

**) Planloven definerer møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler dog både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.*

4. ØVRIGE UDVALGTVARER

- 50.30.20 Detailhandel med reservedele og tilbehør til biler mv. (autoudstørsforretninger)
- 50.40.00 Detailhandel med motorcykler, reservedele og tilbehør
- 52.43.20 Lædervareforretninger
- 52.45.30 Pladeforretninger
- 52.45.40 Forhandlere af musikinstrumenter
- 52.47.00 Bog- og papirhandlere
- 52.48.05 Urmagerforretninger
- 52.48.10 Urmager- og guldsmedeforretninger
- 52.48.15 Guldsmede- og juvelerforretninger
- 52.48.20 Optikere
- 52.48.25 Fotoforretninger
- 52.48.40 Frimærke- og møntforretninger
- 52.48.45 Sportsforretninger herunder detailhandel med camping-, lystfisker- og jagtudstyr (bortset fra campingvogne og lystbåde)
- 52.48.50 Detailhandel med legetøj og spil herunder hobbyforretninger, detailhandel med festartikler og fyrværkeri samt detailhandel med video- og computerspil
- 52.48.60 Cykel- og knallertforretninger
- 52.48.85 Dyrehandel
- 52.48.95 Pornobutikker
- 52.48.99 Detailhandel med andre varer, barnevogne, børstevare, skumgummi, ovne og pejse, skibsprovantering med butikshandel.
- 52.50.10 Bogantikvariater
- 52.50.90 Andre forhandlere af brugte varer.
- 52.61.00 Detailhandel fra postordreforretninger – hvis salgslokale

5. BUTIKSTYPER DER FORHANDLER SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER

- 50.10.20 Detailhandel med biler
- 50.10.30 Detailhandel med campingvogne mv.
- 52.44.10 Møbelforretninger *)
- 52.48.55 Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil
- Tømmerhandler og butikker med større bygningsmaterialer *)

**) Planloven definerer møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler dog både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.*

Bilag 2

Resultat af gennemførte stopinterviewanalyser

Dette bilag indeholder resultaterne af gennemførte stopinterviewanalyser i henholdsvis Vordingborg bymidte, Præstø bymidte og Stege bymidte. Resultaterne er præsenteret grafisk, mens resultaterne er beskrevet i kapitel 6.

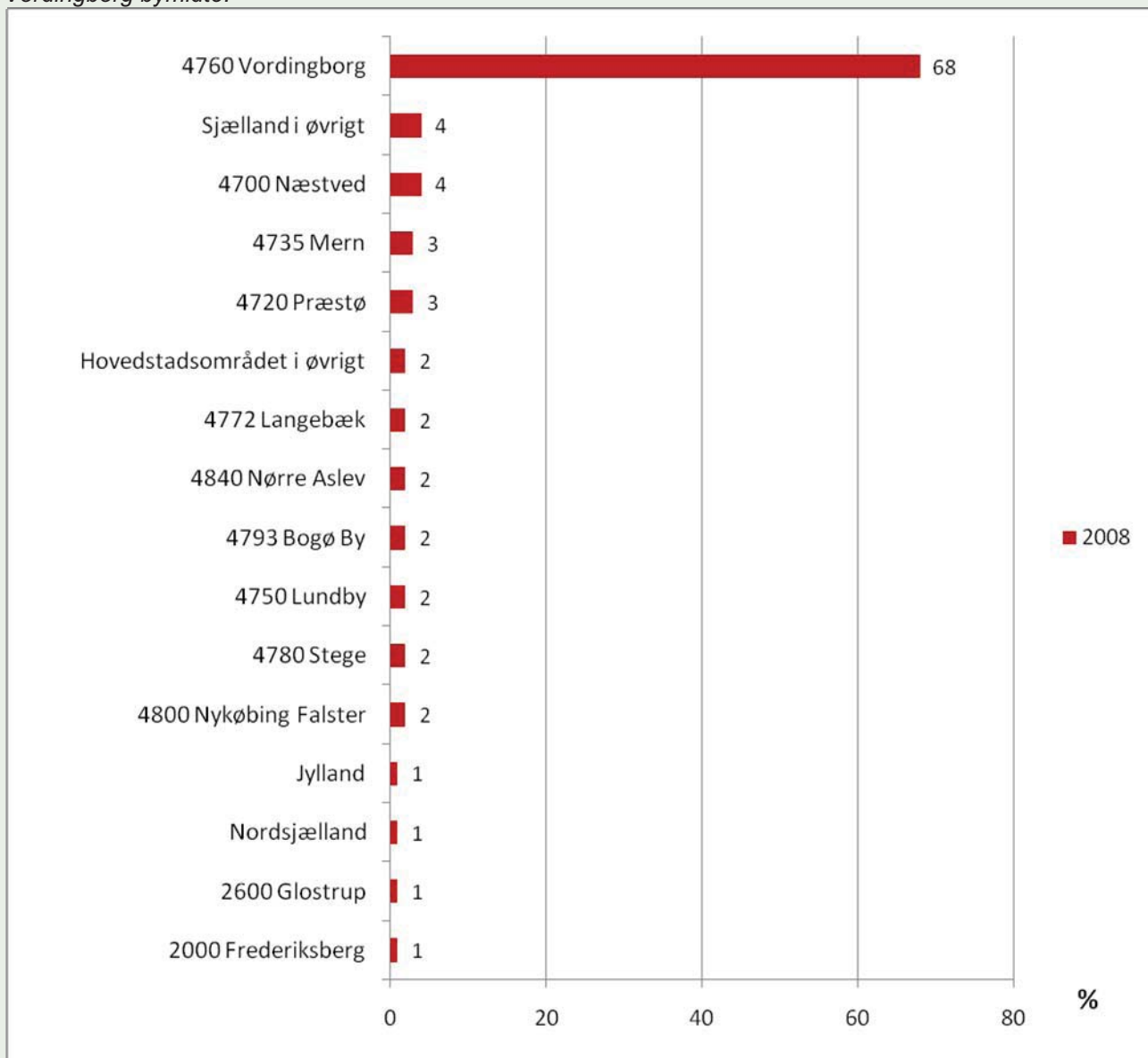
Analyserne er alle gennemført ultimo i uge 29 og uge 30 i 2008.

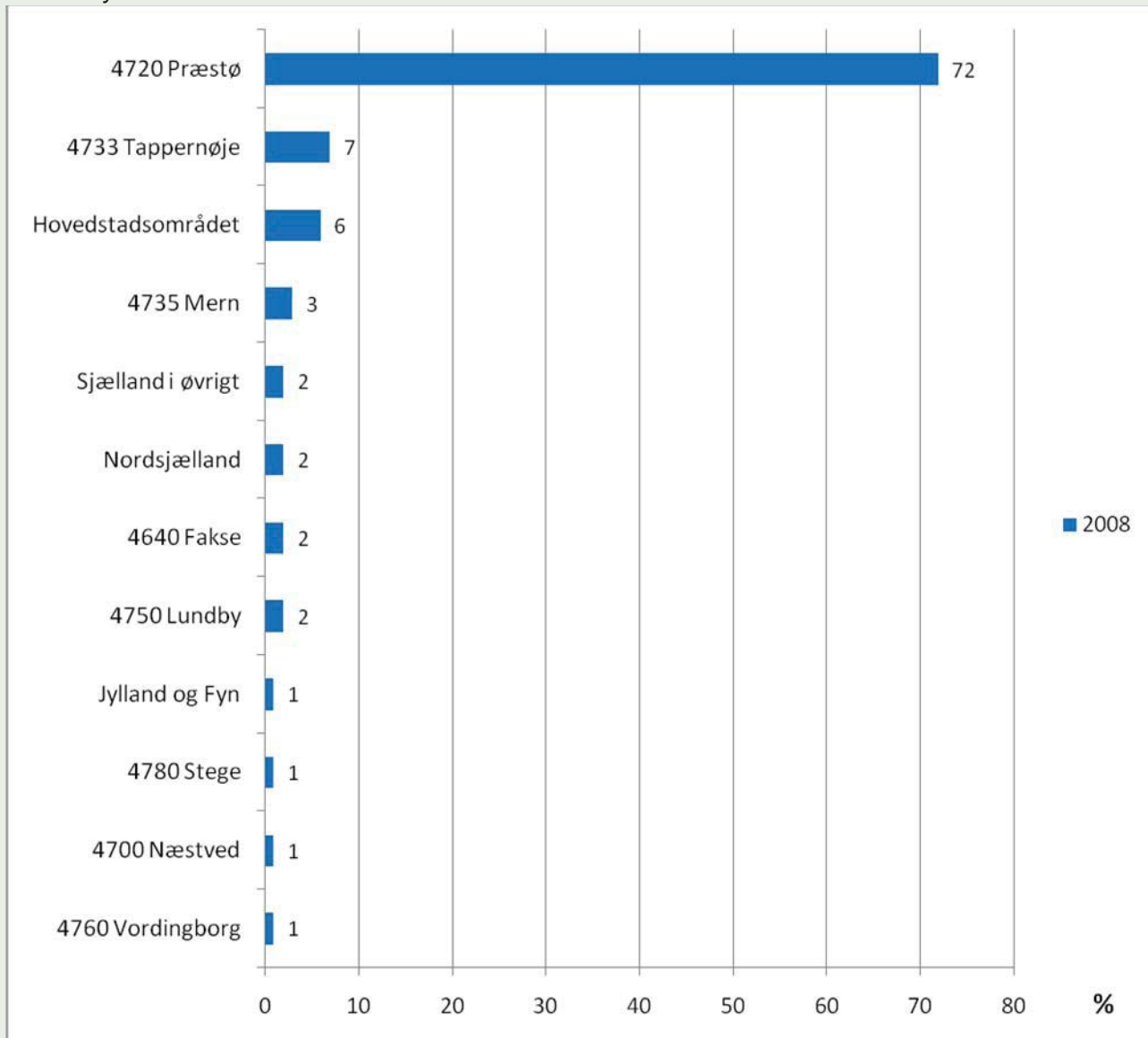
Der er i alt gennemført knap 600 interviews i de 3 byer.

Dette notat er en opsummering af 18 spørgsmål, som udgjorde en fælles spørgeramme for analyserne i de 3 byer.

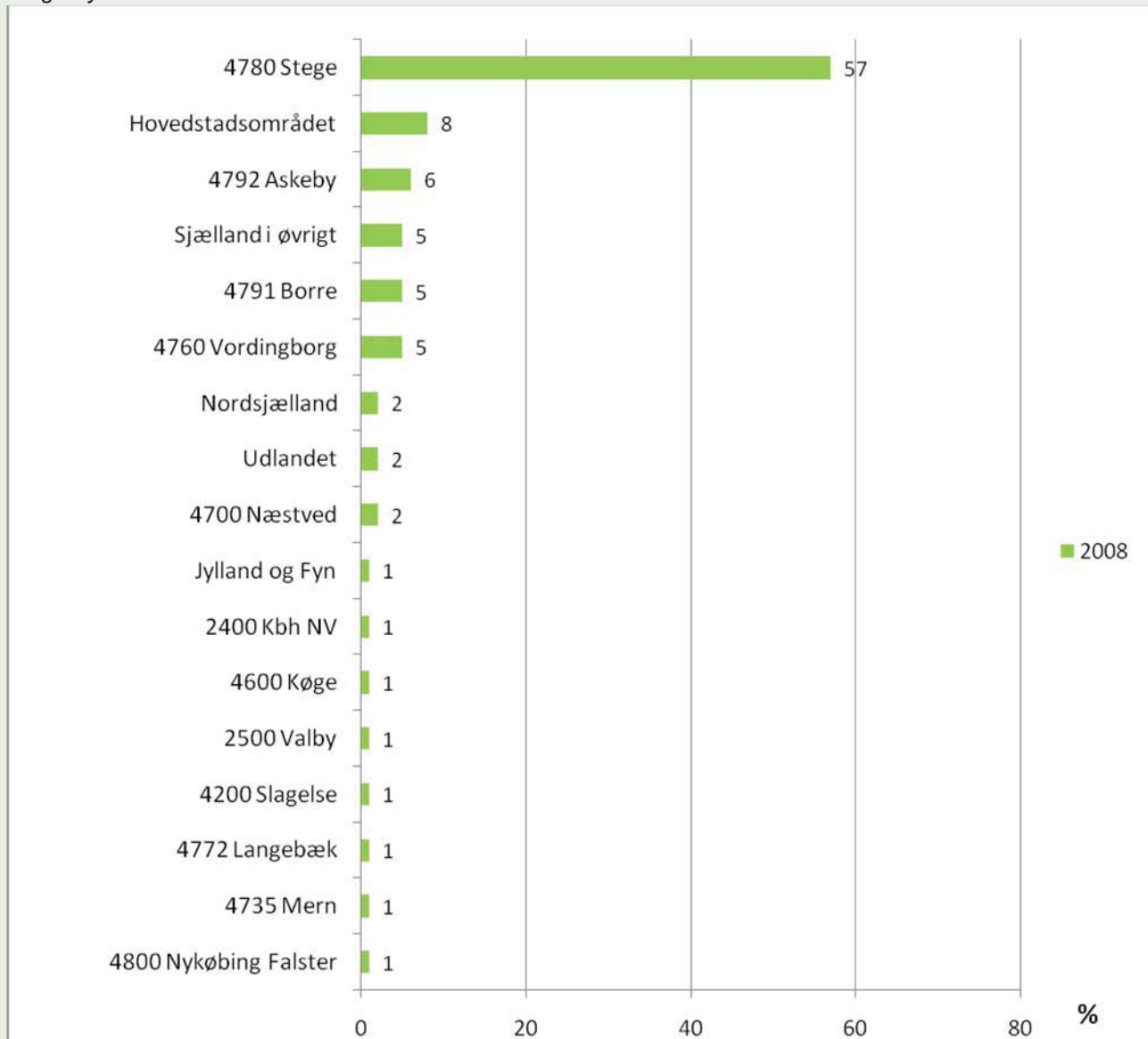
Resultaterne omhandler følgende 18 spørgsmål:

1. I hvilket postdistrikt bor du?
2. Hvor ofte handler du i Vordingborg bymidte?
3. Hvor ofte handler du i Præstø bymidte?
4. Hvor ofte handler du i Stege bymidte?
5. Hvor ofte handler du i Næstved Storcenter?
6. Hvor ofte handler du i Nykøbing Falster?
7. Hvad er grunden til dit besøg i Vordingborg/Præstø/Stege bymidte i dag?
8. Hvor længe har du opholdt dig i bymidten i dag?
9. Hvor mange steder i bymidten har du besøgt i dag?
10. Hvor finder du information om tilbud i bymidten?
11. Hvad synes du er godt ved bymidten?
12. Er der noget du savner i bymidten?
13. Hvilket transportmiddel har du anvendt for at komme hertil?
14. Hvor gode synes du åbningstiderne i bymidten er på en skala fra 1-10?
15. Hvor attraktivt synes du kulturlivet i bymidten er på en skala fra 1-10?
16. Hvor godt synes du café/restaurant-livet i bymidten er på en skala fra 1-10?
17. Hvor gode synes du parkeringsforholdene i bymidten er på en skala fra 1-10?
18. Hvor godt afvikles trafikken i bymidten er på en skala fra 1-10?

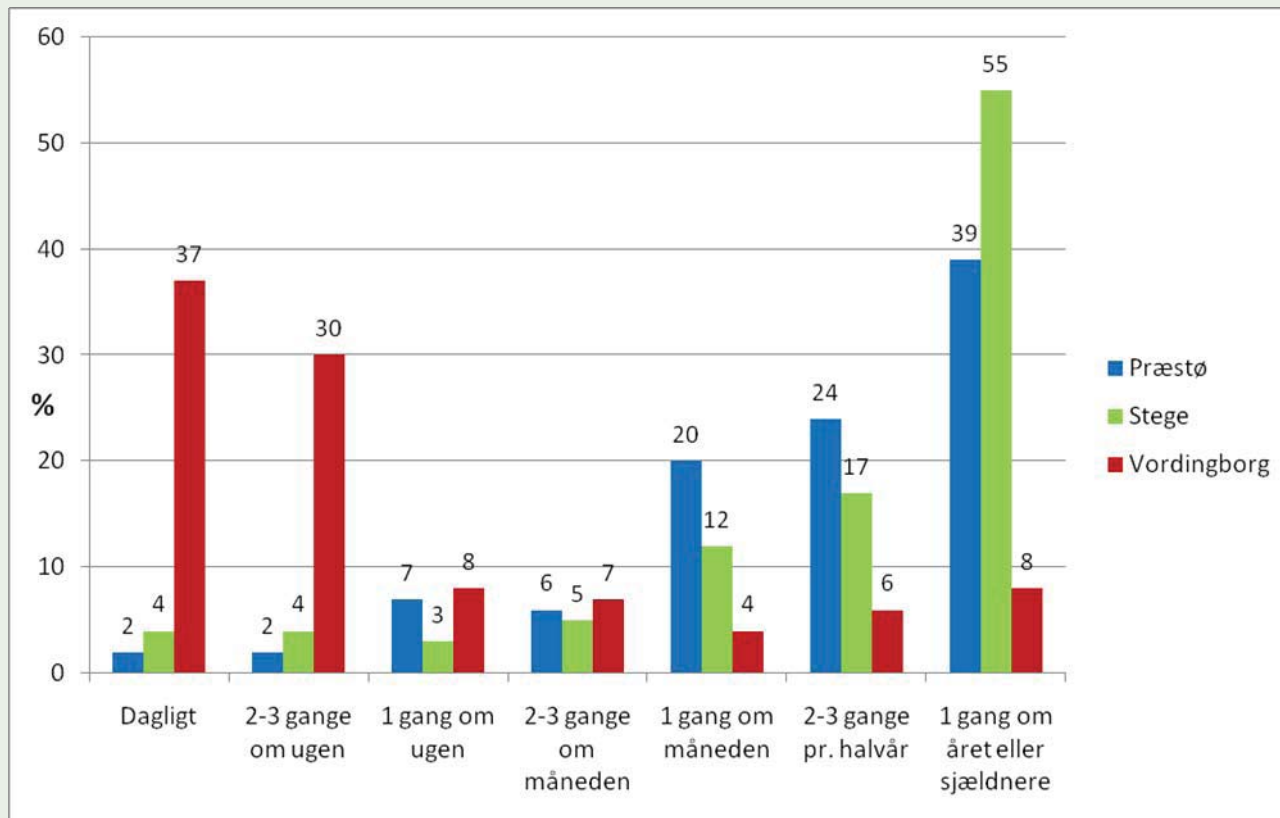
Spørgsmål 1: "I hvilket postdistrikt bor du?"*Vordingborg bymidte:*

Præstø bymidte:

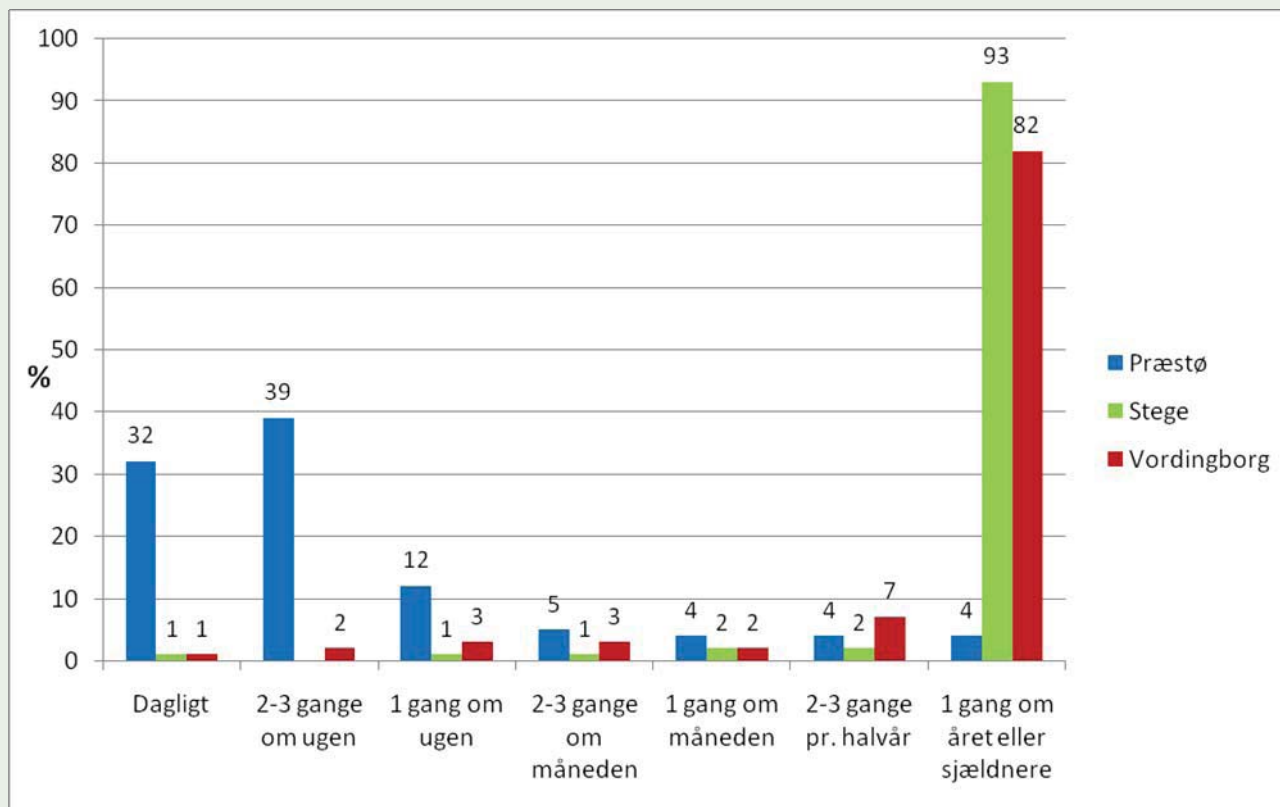
Stege bymidte:



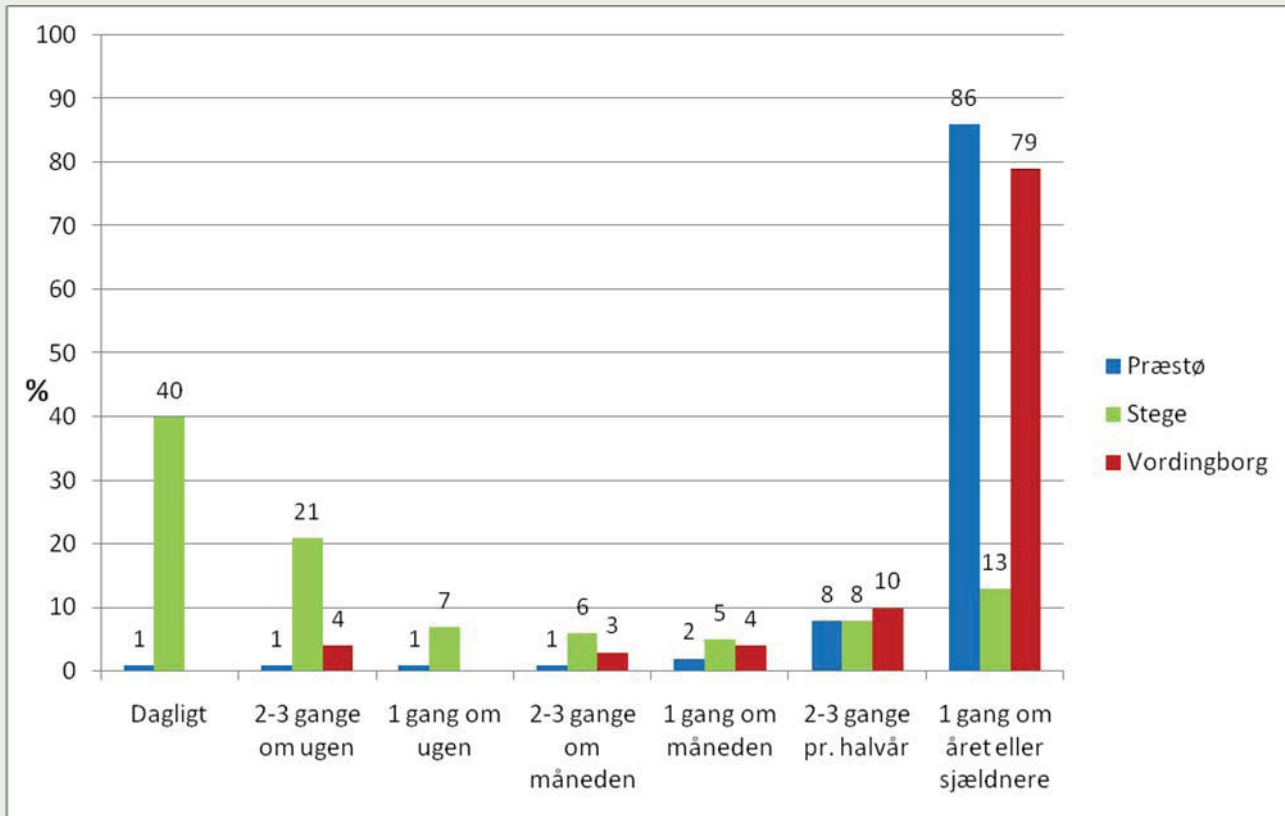
Spørgsmål 2: "Hvor ofte handler du i Vordingborg (bymidte)?"



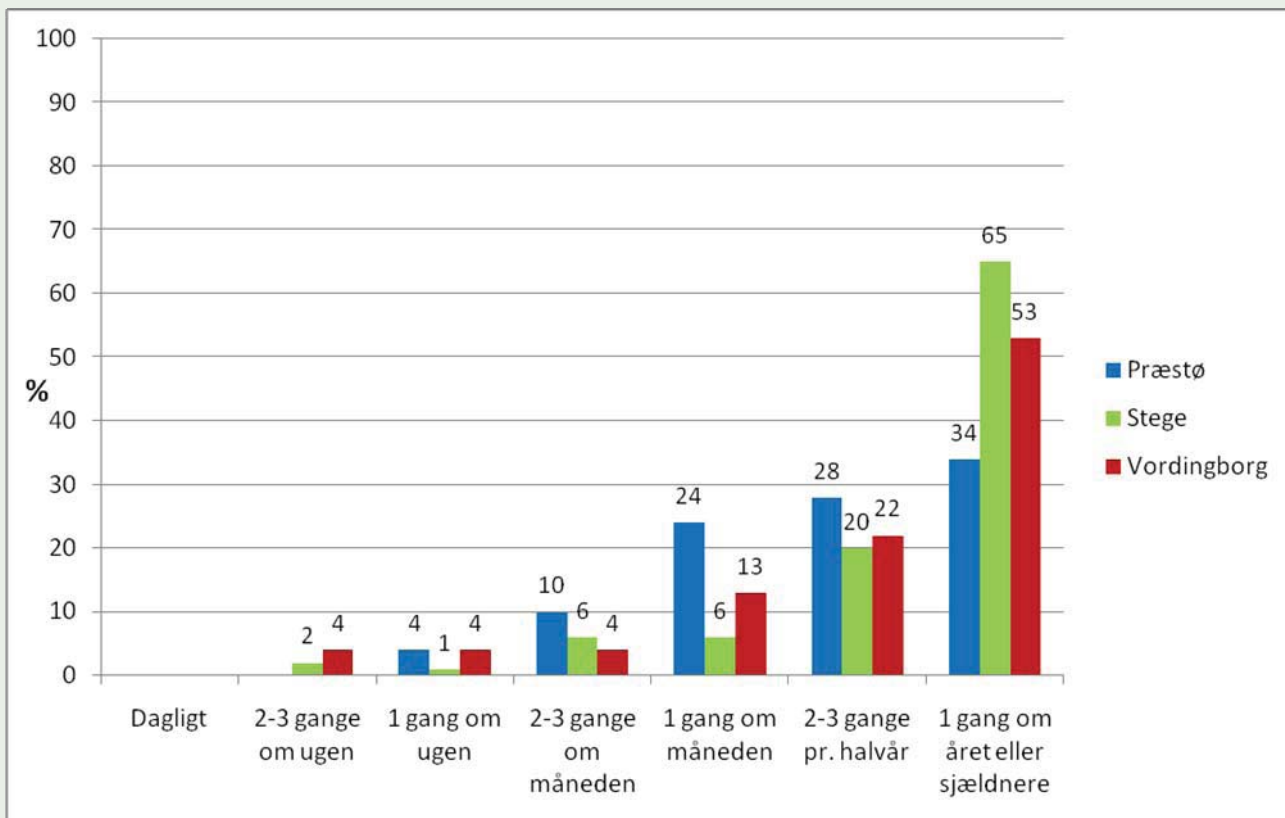
Spørgsmål 3: "Hvor ofte handler du i Præstø (bymidte)?"



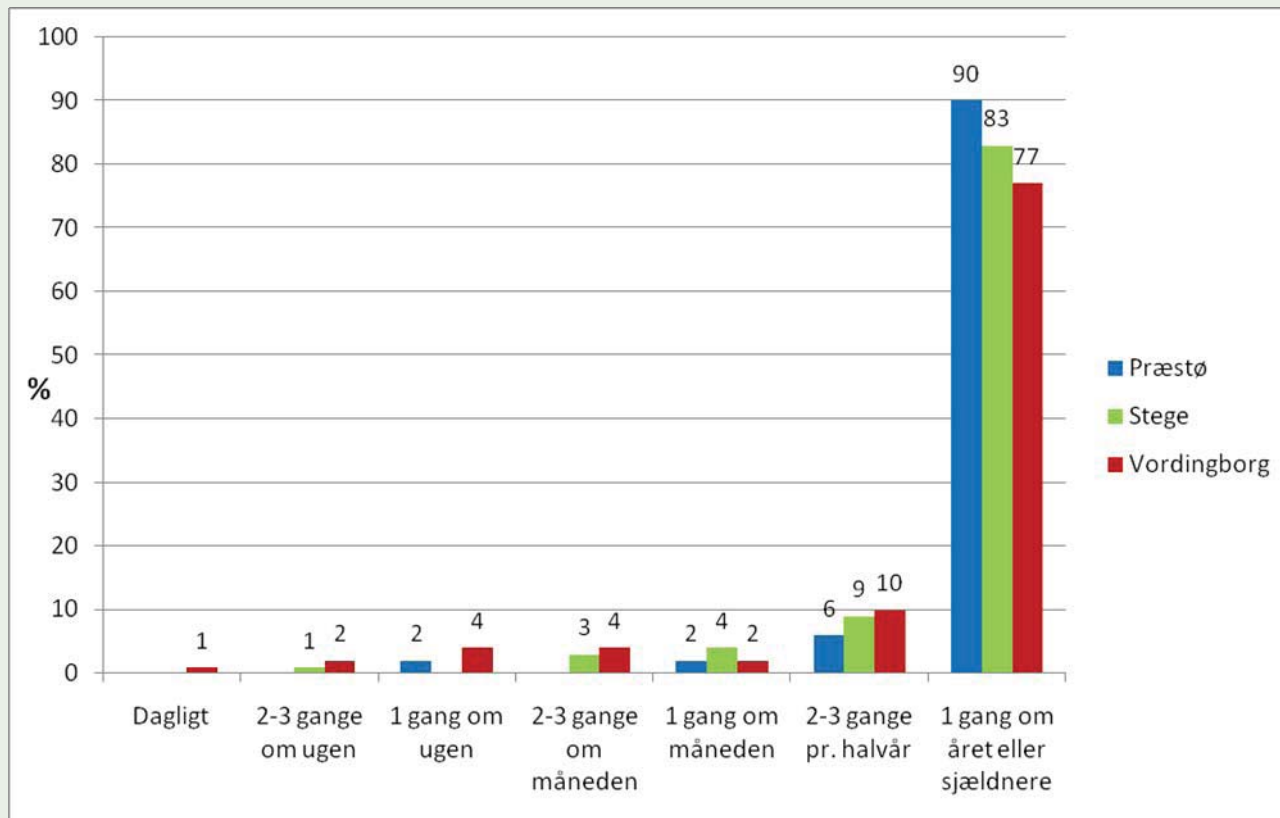
Spørgsmål 4: "Hvor ofte handler du i Stege (bymidte)?"



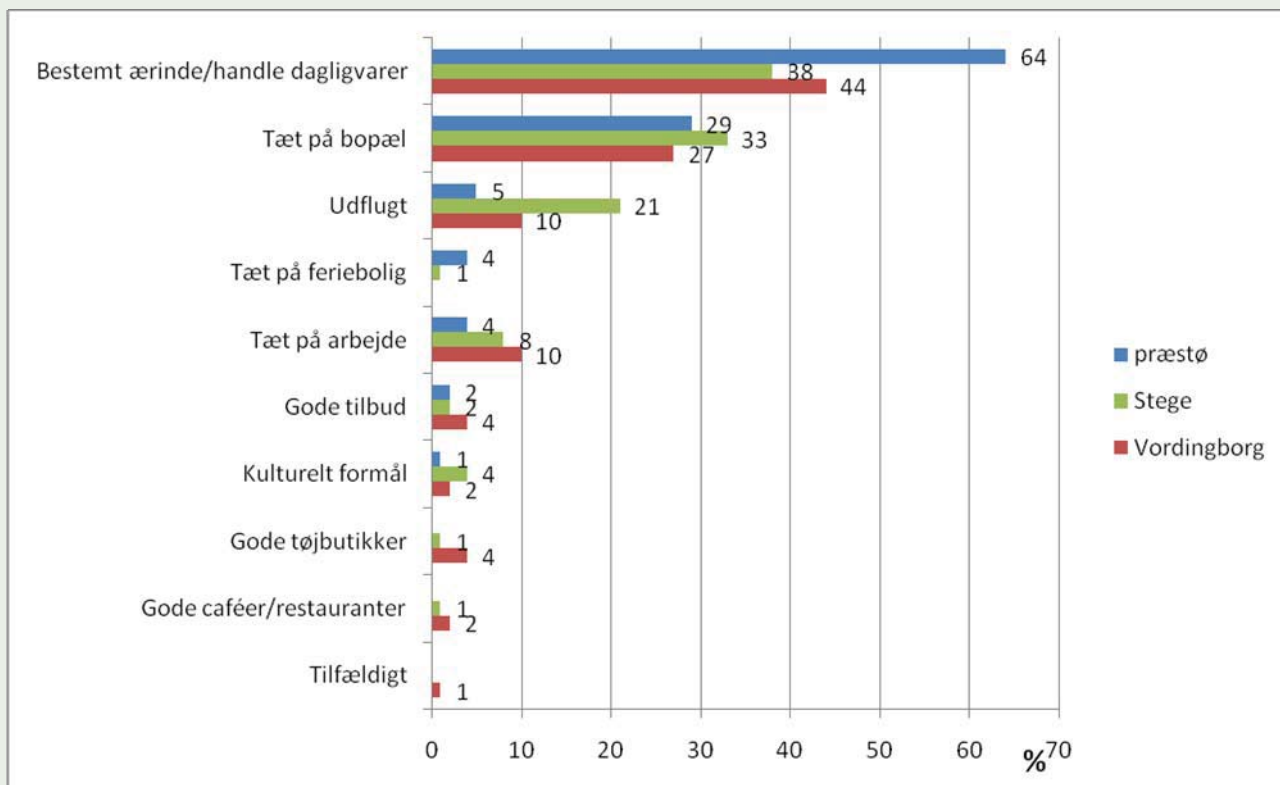
Spørgsmål 5: "Hvor ofte handler du i Næstved Storcenter?"



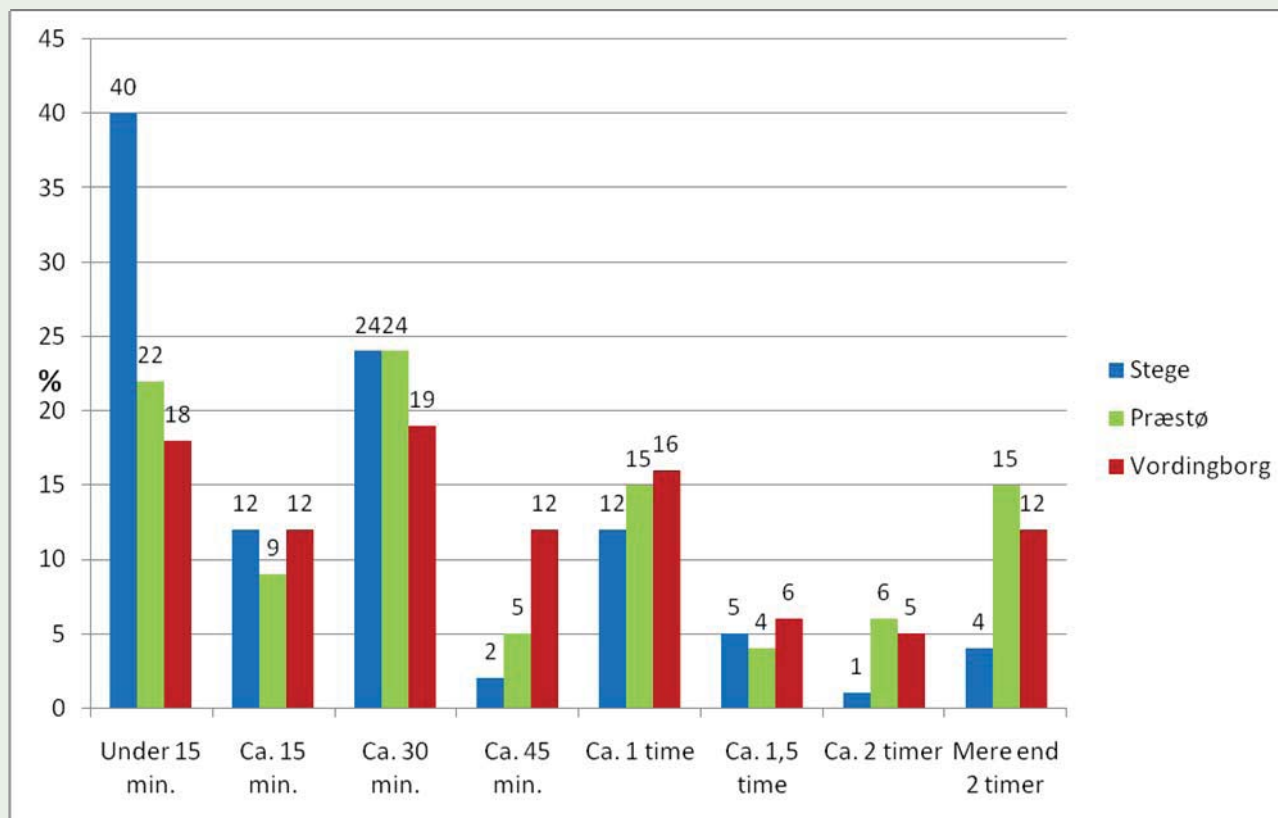
Spørgsmål 6: "Hvor ofte handler du i Nykøbing Falster?"



Spørgsmål 7: "Hvad er grunden til dit besøg i Vordingborg/Præstø/Stege i dag?"



Spørgsmål 8: "Hvor længe har du opholdt dig i bymidten i dag?"

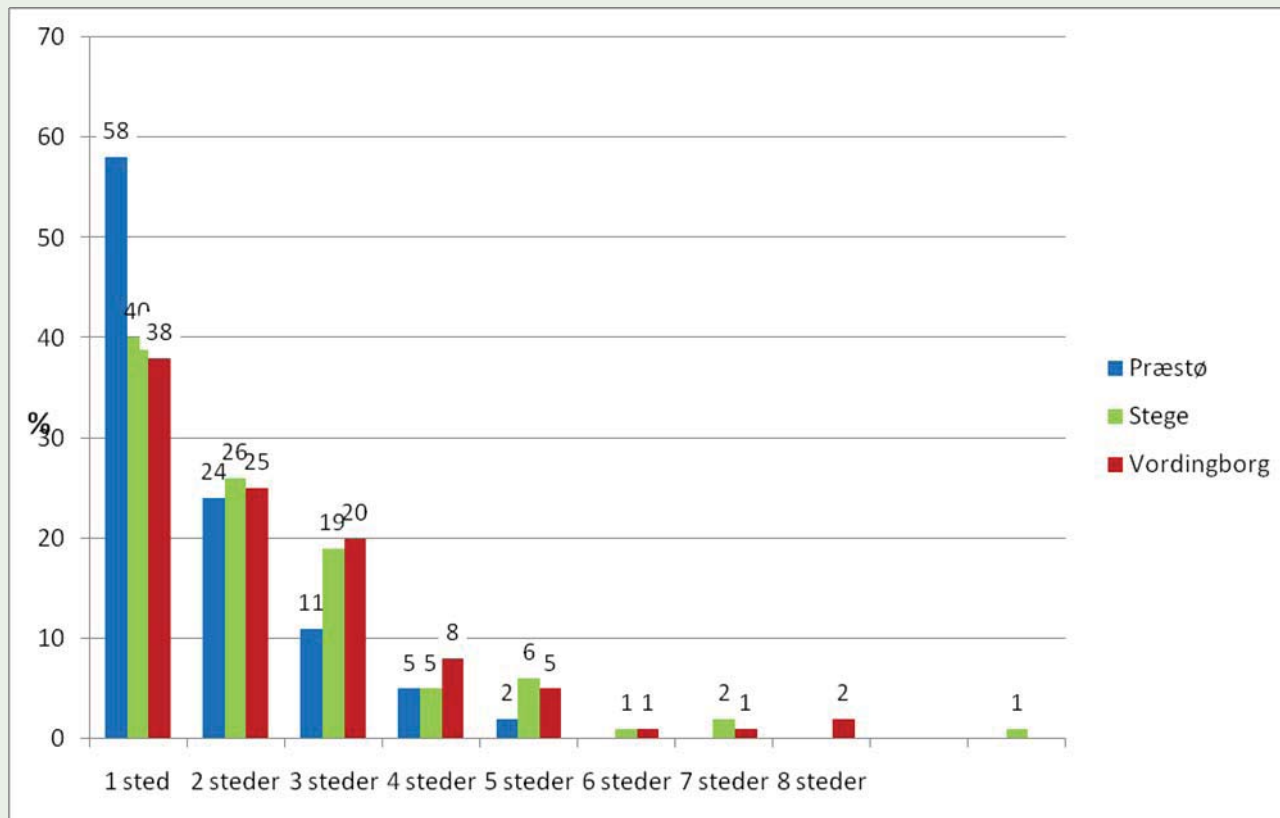


Gennemsnitlig opholdstid i bymidten: (kun besvaret i Vordingborg bymidte): 53,7 minutter.

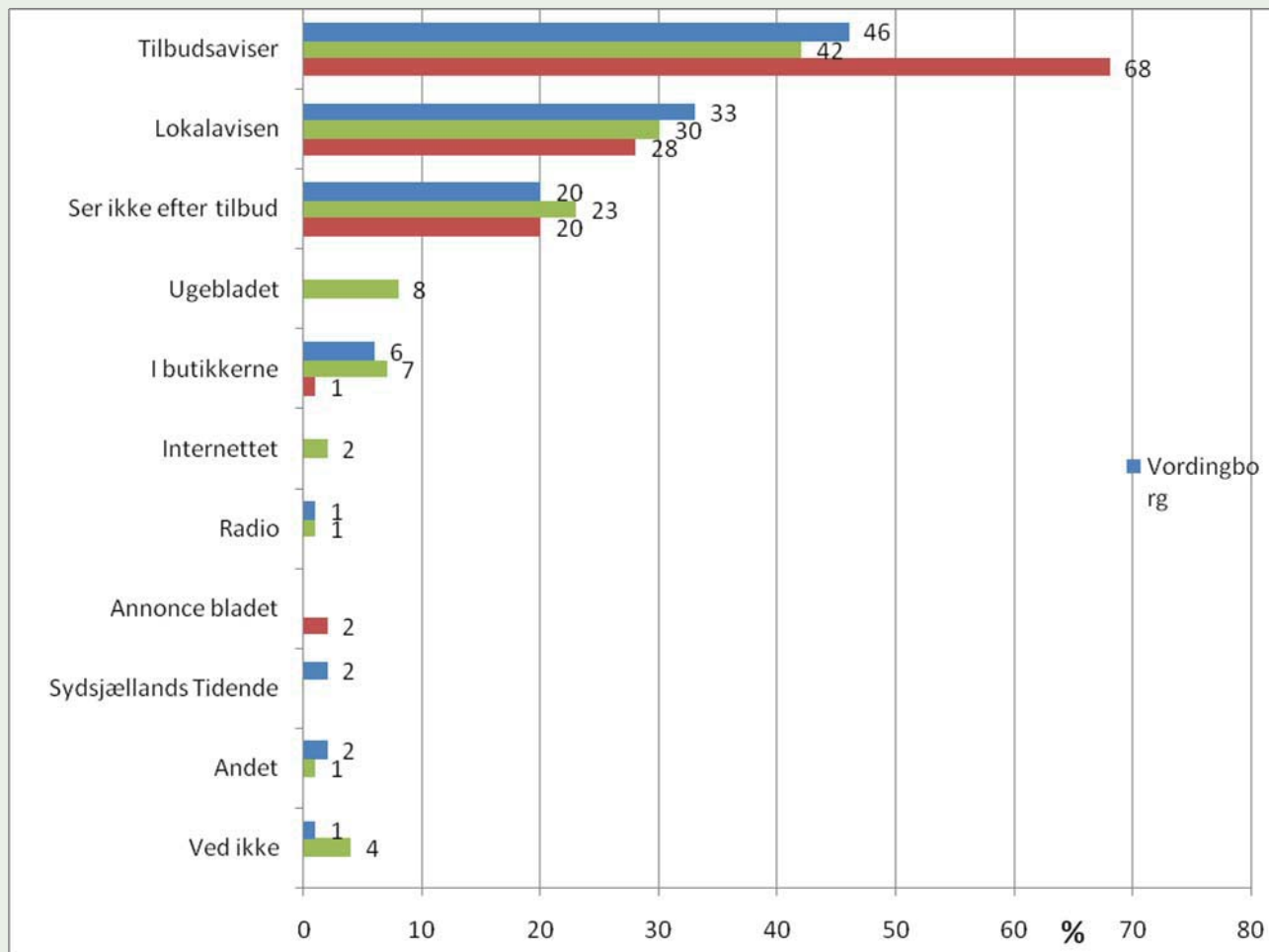
Gennemsnitlig opholdstid i bymidten: (kun besvaret i Præstø bymidte): 30,6 minutter.

Gennemsnitlig opholdstid i bymidten: (kun besvaret i Stege bymidte): 54,8 minutter.

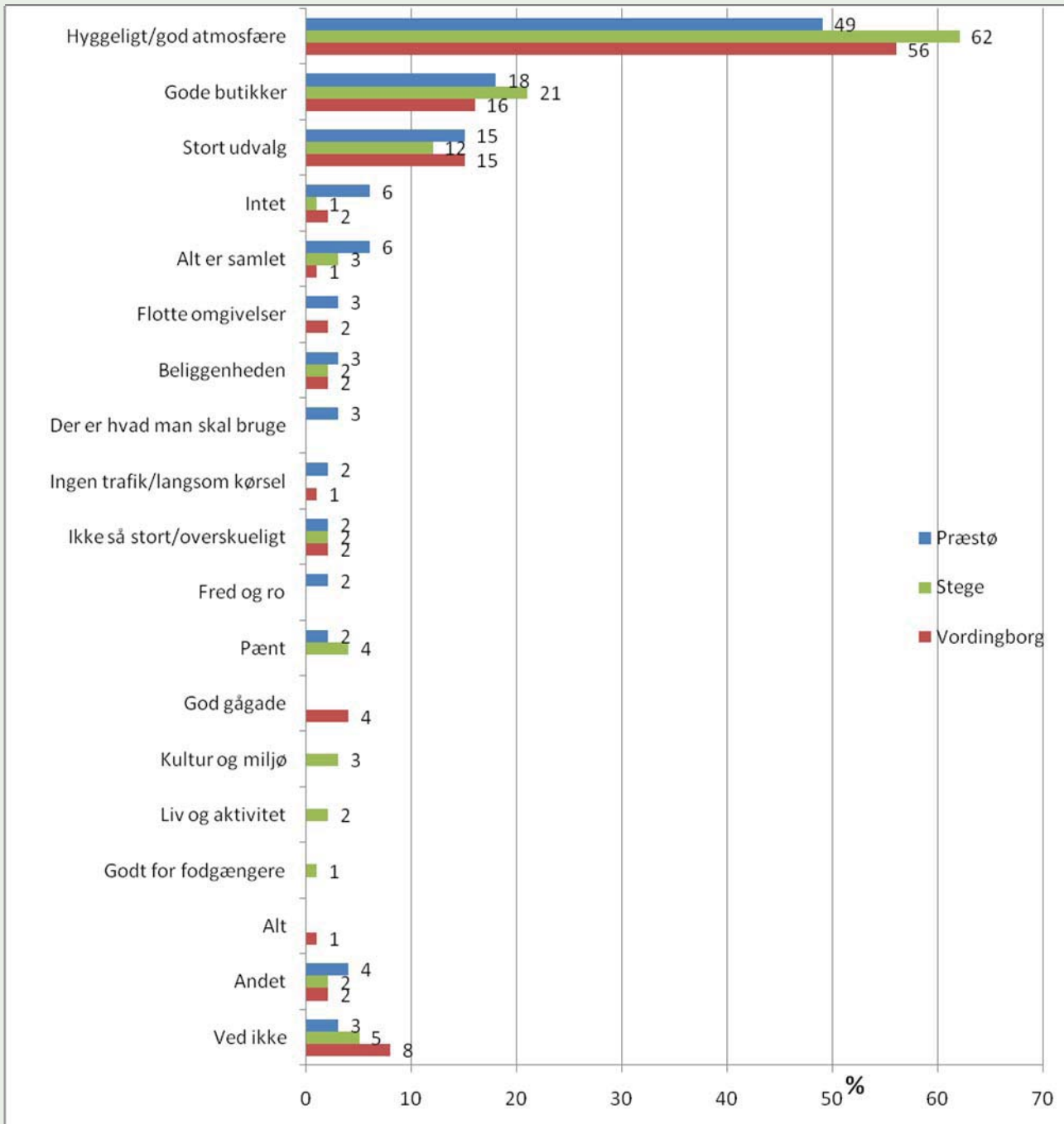
Spørgsmål 9: "Hvor mange steder i bymidten har du besøgt i dag?"



Spørgsmål 10: "Hvor finder du information om tilbud i bymidten?"

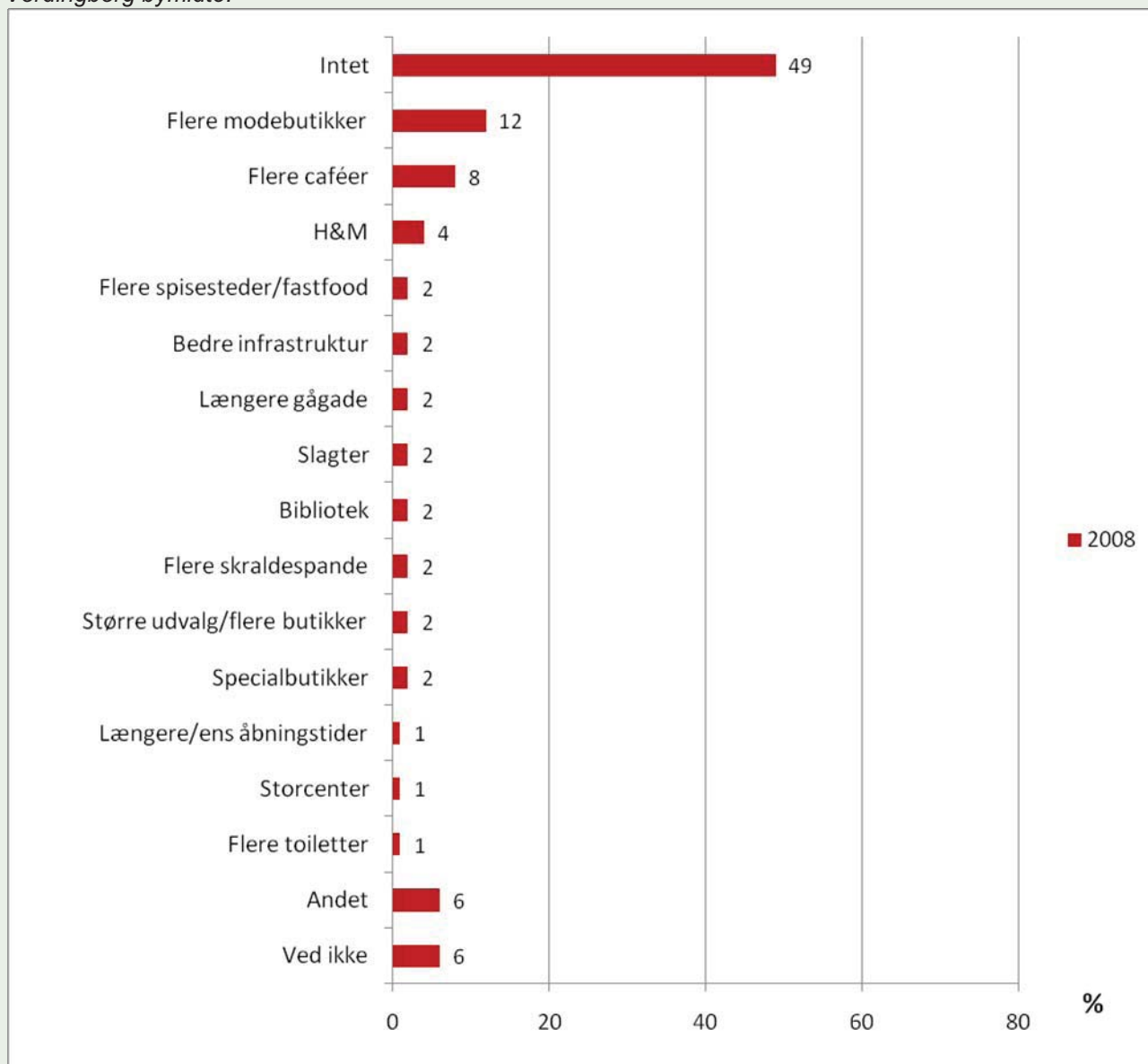


Spørgsmål 11: "Hvad synes du er godt ved bymidten?"

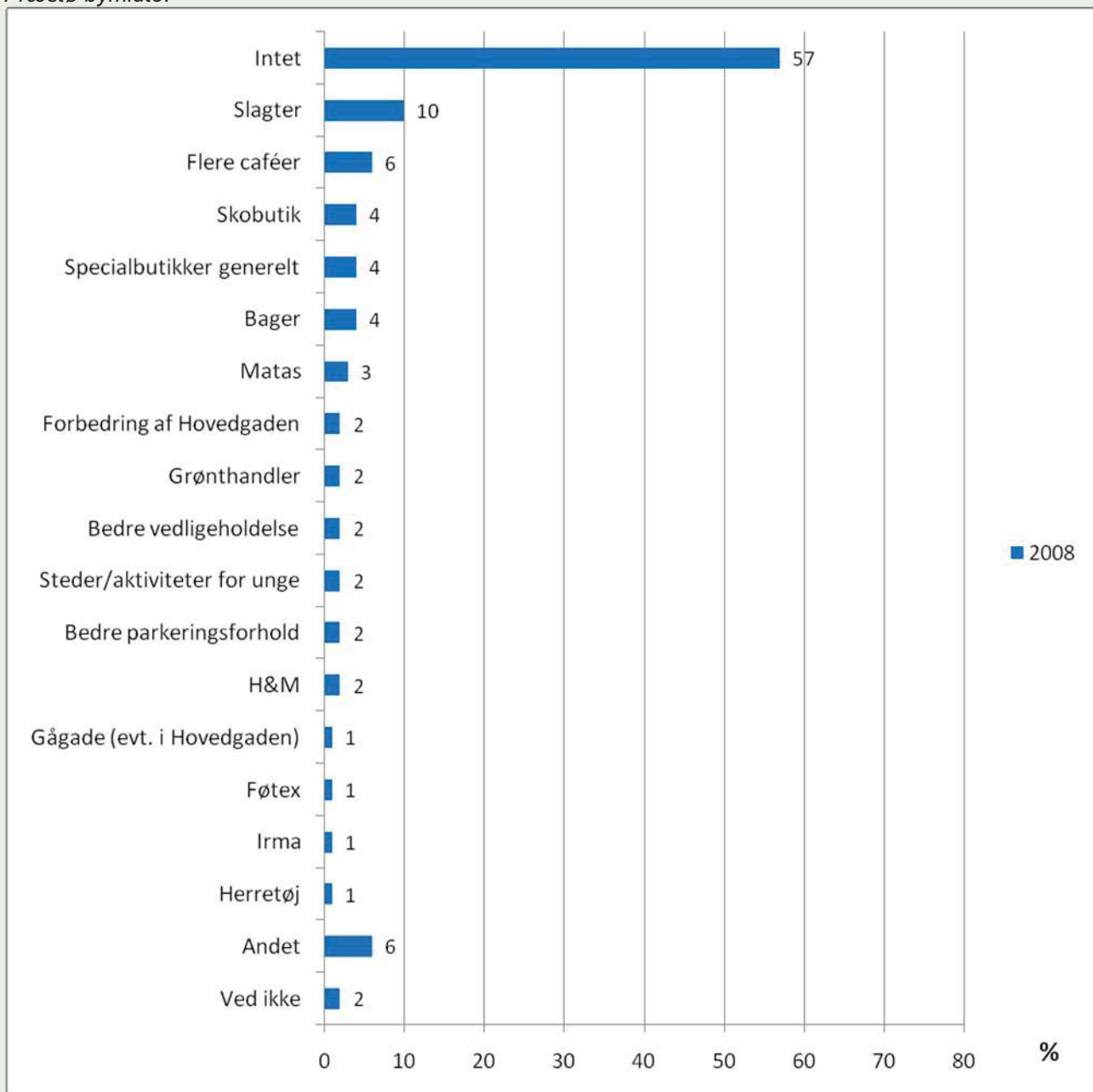


Spørgsmål 12: "Er der noget du savner i bymidten?"

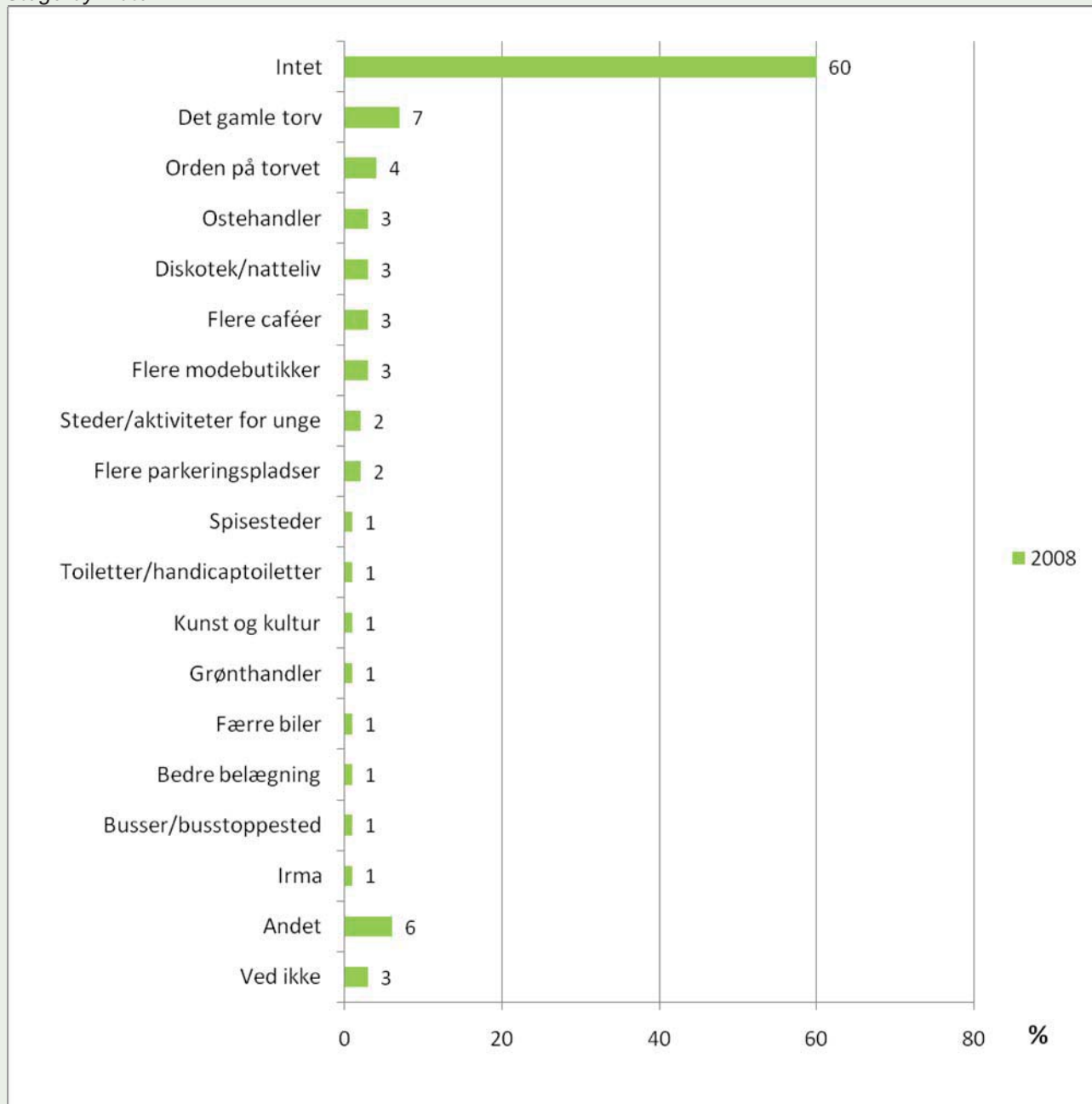
Vordingborg bymidte:



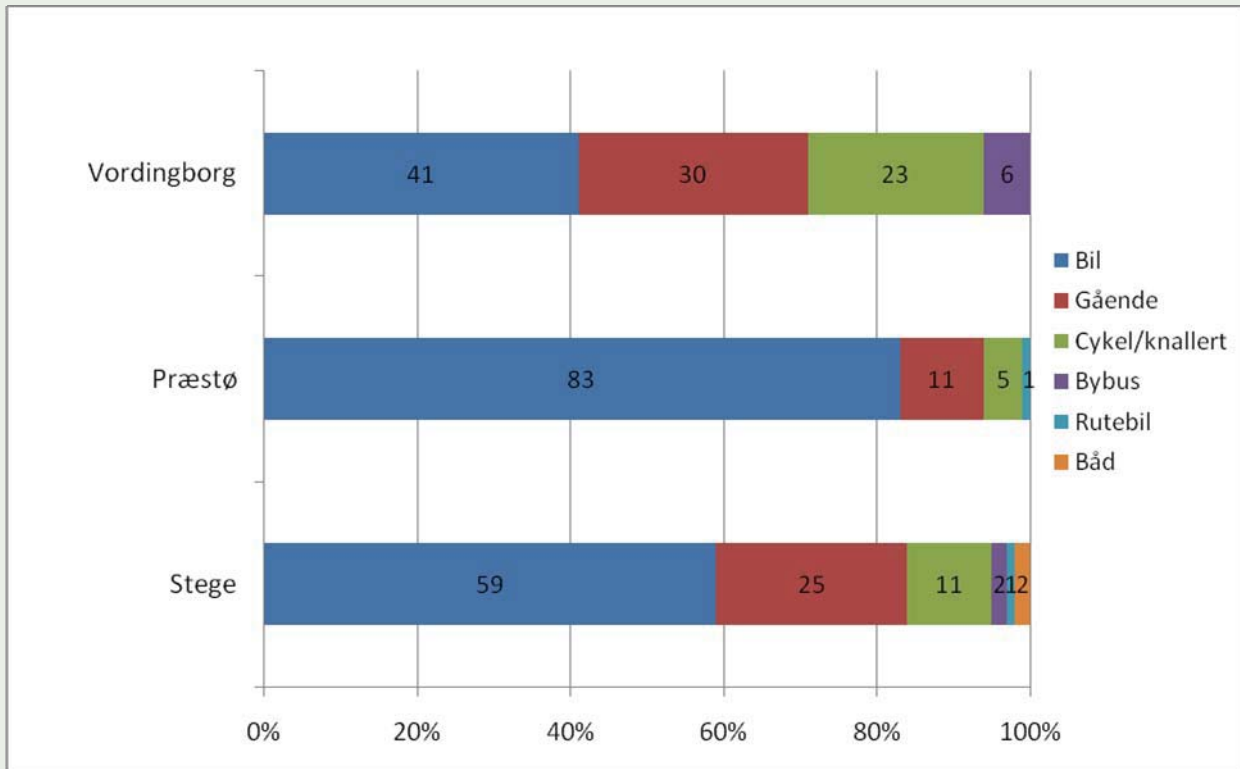
Præstø bymidte:



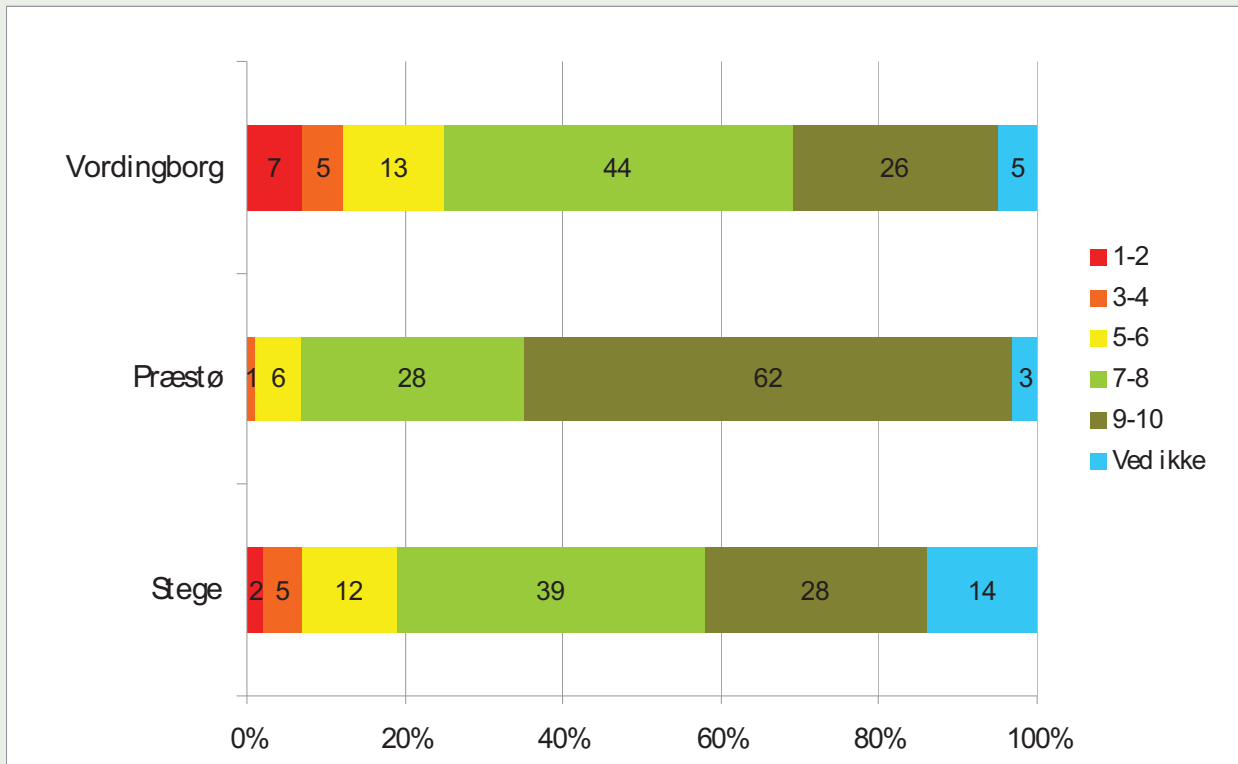
Stege bymidte:



Spørgsmål 13: "Hvilket transportmiddel har du anvendt for at komme hertil?"

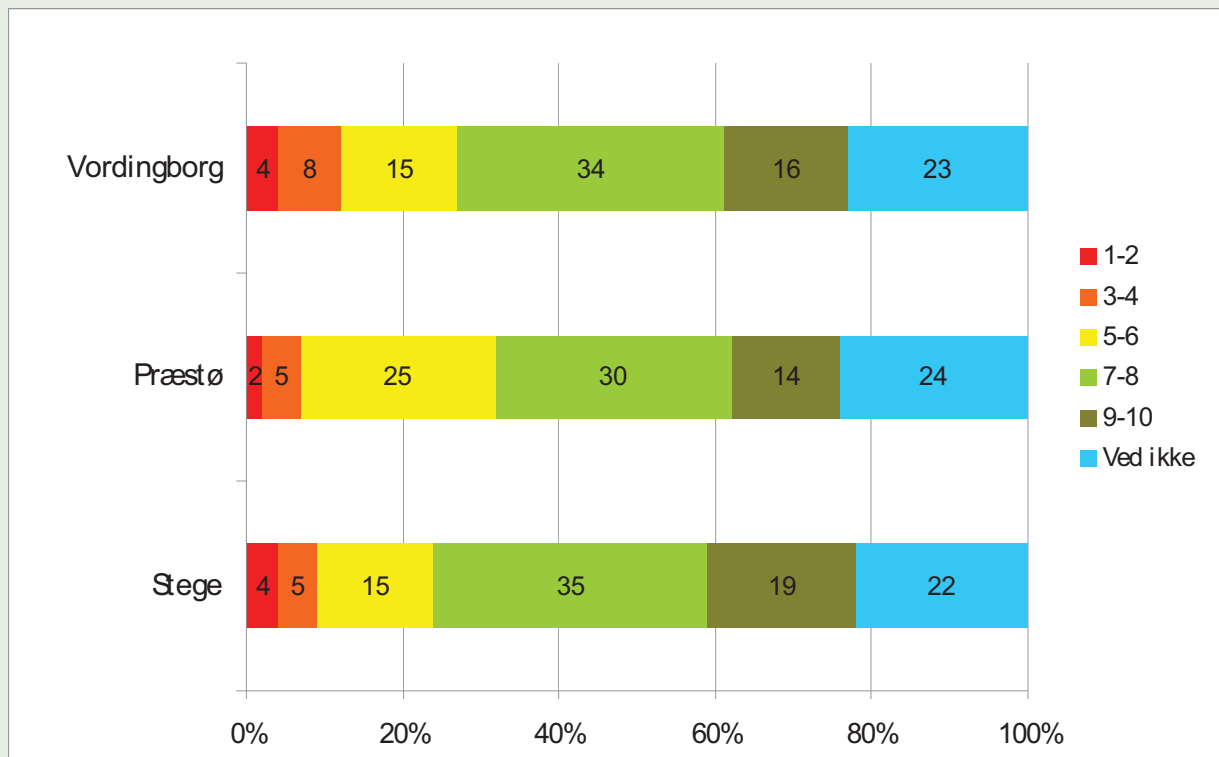


Spørgsmål 14: "Hvor gode synes du åbningstiderne i bymidten er på en skala fra 1-10?"



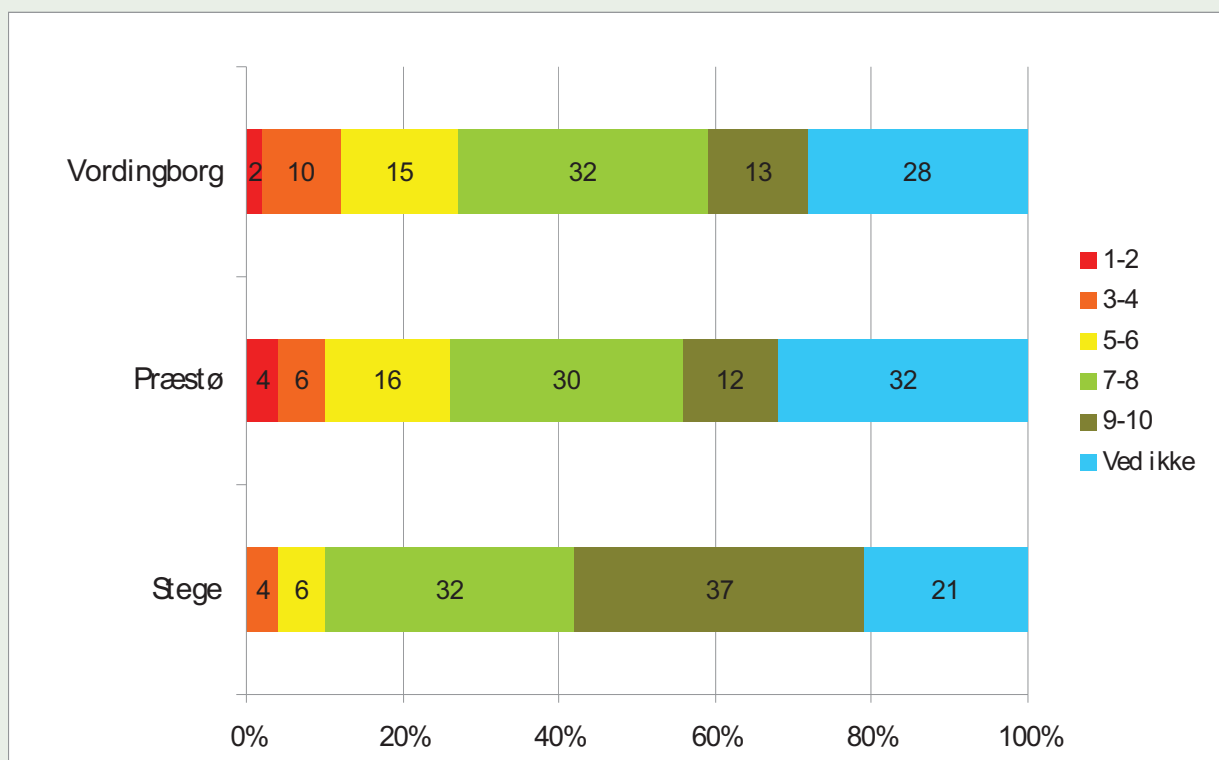
Tilfredshedsscore:

Vordingborg: 7,2
 Præstø: 8,9
 Stege: 7,6

Spørgsmål 15: "Hvor attraktivt synes du kulturlivet i bymidten er på en skala fra 1-10?"

Tilfredshedsscore:

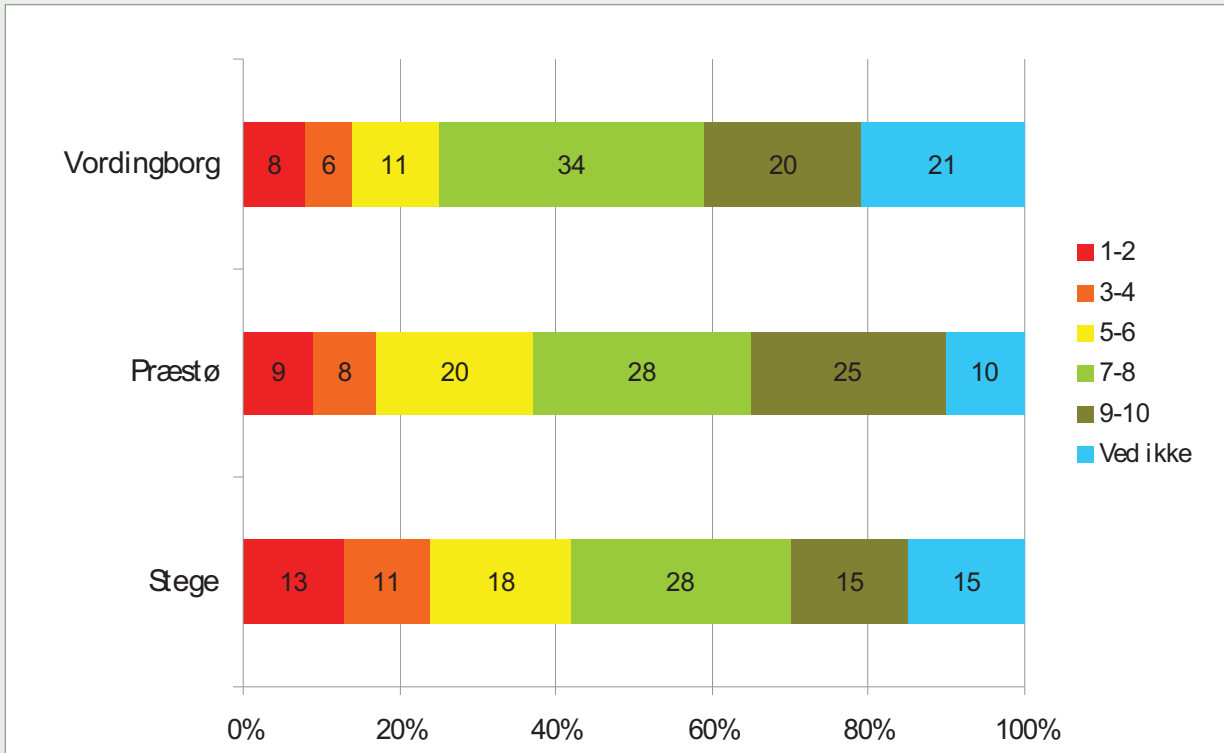
Vordingborg: 6,8
 Præstø: 6,9
 Stege: 7,1

Spørgsmål 16: "Hvor godt synes du café/restaurant-livet i bymidten er på en skala fra 1-10?"

Tilfredshedsscore:

Vordingborg: 6,7
 Præstø: 6,8
 Stege: 8,1

Spørgsmål 17: "Hvor gode synes du parkeringsforholdene i bymidten er på en skala fra 1-10?"

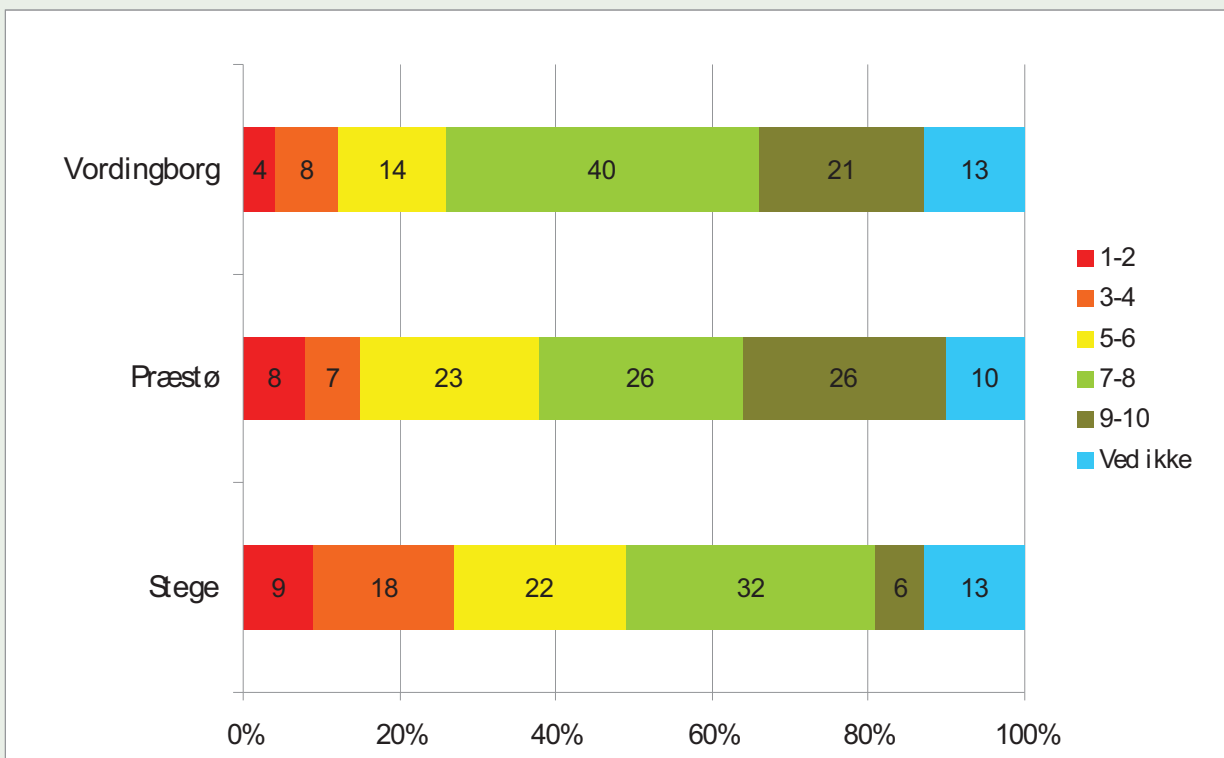


Tilfredshedsscore:

Vordingborg:

6,9

Spørgsmål 18: "Hvor godt afvikles trafikken i byen på en skala fra 1-10?"



Tilfredshedsscore:

Vordingborg:

7,0

Præstø:

6,8

Stege:

5,6

PLAN 21

Detailhandelsanalyse

Bilag til Forslag til kommuneplan 2009-2021