

HALSNÆS KOMMUNE

ANALYSE AF DETAILHANDLEN

NOVEMBER 2023

ADRESSE COWI A/S
Parallelvej 2
2800 Kongens Lyngby

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk



Foto: Allan Hansen/Halsnæs Kommune

PROJEKTNR.

A249049

VERSION

4.0

UDGIVELSESDATO

24.11.2023

BESKRIVELSE

Detailhandelsanalyse

UDARBEJDET

STAP/MRRR

KONTROLLERET

KAKB

GODKENDT

MRRR

INDHOLD

1	Indledning	3
2	Hovedresultater	4
3	Anbefalinger	5
4	Afrapportering	12
5	Antal forretninger	13
6	Kædeforhold	25
7	Areal	27
8	Omsætning	32
9	Turismens betydning for handelslivet	35
10	Handelsbalance	38
11	Regional konkurrencesituation	41
12	Forbrug og arealbehov	44
13	Kundeorienterede erhverv på Hundested Havn	54
14	Ny detailhandel uden for Frederiksværk bymidte	61
15	Ordforklaring	66

1 Indledning

Halsnæs Kommune igangsatte i november 2022 en analyse af detailhandlen. Analysen bidrager med viden om butikkerne, de kundeorienterede serviceerhverv og den fremtidige udvikling i rammebetingelserne for handelslivet.

Analysen omfatter bl.a. en kortlægning og analyse af butikkerne i Halsnæs Kommune samt kundeorienterede serviceerhverv i bymidterne i Frederiksværk og Hundested.

Analysen vil udgøre et grundlag for kommuneplanlægningen og skal bidrage som vidensgrundlag for Halsnæs Kommune og handelslivets aktører, herunder forretningsdrivende, grundejere og erhvervsforeninger. Analysen skal desuden bidrage til grundlaget for stillingtagen til planlægning for ny detailhandel og butiksp projekter i Frederiksværk og Hundested. Blandt andet omhandler analysen muligheder og begrænsninger for kundeorienterede erhverv på Hundested Havn.

Der skal lyde en tak til alle, der har bidraget undervejs, herunder erhvervsforeningerne og detailhandlerne, for imødekommenheden under dataindsamlingen.

1.1 Læsevejledning

Detailhandelsanalysen er opbygget med hovedresultater og anbefalinger først. Herefter kommer afrapporteringen af status på detailhandlen samt udvikling siden sidste analyse. Arealbehov og konkrete udviklingsprojekter er skildret sidst i analysen. Der findes en ordforklaring sidst i rapporten.

2 Hovedresultater

Målt på antal butikker, areal og handelsbalance er detailhandlen i Halsnæs Kommune gået tilbage siden 2008. Udviklingen svarer til landsgennemsnittet. Trods tilbagegangen er der fortsat et bredt udbud af butikker og kundeorienterede serviceerhverv, og den omfattende turisme skaber et væsentligt overskud på handelsbalancen for dagligvarer.

BUTIKSBESTANDEN ER SIDEN 2008 REDUCERET MED 30 BUTIKKER

Der er 123 butikker i Halsnæs Kommune. 61 af butikkerne ligger i analyseområdet Frederiksværk, 42 i Hundested og 20 Halsnæs Kommune i øvrigt. Der er desuden i alt 94 kundeorienterede serviceerhverv i Hundested og Frederiksværk bymidter. Siden 2008 er antallet af butikker faldet med 30, svarende til at hver femte butik er faldet bort. Udviklingen er sammenlignelig med resten af landet.

52 % AF BUTIKKERNE ER UDEN FOR KÆDESAMARBEJDE

Andelen af butikker i Halsnæs Kommune inden for kædesamarbejde er ca. 48 % og ligger lidt under landsgennemsnittet. Den lave kædeandel og de mange butikker uden for kædesamarbejde er både en styrke og en svaghed; det giver handelsmiljøerne karakter og identitet og appellerer til sommerhusgæsterne og de endagsbesøgende, men stiller detailhandlen svagere i konkurrencen med Hillerød og Frederikssund, da tilstedeværelsen af kædebutikker er afgørende ift. at afholde lokale borgere fra at handle udenbys eller på nettet.

BUTIKSAREALET ER FALDET MED CA. 20 % SIDEN 2008

Arealet af detailhandlen i Halsnæs Kommune er ca. 60.000 m², fordelt med ca. 50 % på dagligvarer, ca. 30 % på udvalgsvarer og ca. 20 % på butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Frederiksværk bymidte tegner sig for ca. 25 % af det samlede areal. Det samlede areal er siden 2008 faldet med knap 7.000 m² svarende til ca. 20 %, hvilket er mere end på landsplan. Udviklingen dækker over et øget dagligvarebutiksbareal, mens udvalgsvarebutiksbarealet er faldet.

OMSÆTNINGEN ER STEGET

Detailhandlen i Halsnæs Kommune omsatte for ca. 1,6 mia. kr. i 2022 inkl. moms og ekskl. omsætningen i bilforhandlere. Dagligvareomsætningen var godt 1,1 mia. kr. mens udvalgsvareomsætningen var ca. 415 mio. kr. Omsætningen er steget ca. 17 % siden 2007. En del af stigningen skyldes prisudviklingen.

HALSNÆS ER I SKARP KONKURRENCE MED NABOKOMMUNERNE

Halsnæs Kommune er omgivet af en række større handelsbyer som Hillerød og Frederikssund, hvor der findes butikcentre og et større udbud af kædebutikker. Kommunerne konkurrerer internt om at tiltrække kunder. Halsnæs Kommune havde i 2022 et handelsunderskud på ca. 160 mio. kr. Underskuddet skyldes nethandlen og konkurrencen med detailhandlen i især Frederikssund og Hillerød.

HALSNÆS KOMMUNE HAR STOR FORDEL AF TURISMEN

Handelslivet har stor fordel af den omfattende turisme. Turisternes forbrug i detailhandlen i Halsnæs Kommune er tidligere opgjort til i størrelsesordenen 360 mio. kr. i 2020. Sammenholdt med analysens tal, svarer det til ca. 23 % af den samlede omsætning. Derudover var turisternes forbrug i restauranterne og andre spisesteder knap 270 mio. kr.

3 Anbefalinger

Anbefalingerne omhandler den kommunale detailhandelsplanlægning og den strategiske udvikling af handelserhvervet mere generelt. Anbefalingerne retter sig primært mod Halsnæs Kommune, erhvervsforeninger, forretningsdrivende og grundejere.

3.1 Anbefalinger til kommuneplanlægning

Planlægningen er med til at sætte rammerne for handelslivets udvikling. Halsnæs Kommune kan med detailhandelsplanlægningen medvirke til at sikre, at omfanget af arealer til detailhandel er tilstrækkeligt set ift. planperioden på 12 år, at arealerne har den rigtige beliggenhed, samt at tilgængeligheden til arealerne for både kunder, detailhandlere og leverandører af varer er god.

3.1.1 Afvej fordele og ulemper inden planlægning for detailhandel udenfor bymidterne

De store butikker og små specialbutikker er hhv. ankerbutikker og kernebrancher i Frederiksværk bymidte. Kan der skabes den fornødne plads til realiseringen af nye store butikker inden for bymidteafgrænsningen i Frederiksværk vil det styrke bymidten. Der er derfor behov for en nøje afvejning inden der træffes beslutning om planlægning for ny detailhandel udenfor Frederiksværk bymidte. Ny detailhandel kan på den ene side øge den samlede omsætning og forbedre indkøbsmulighederne lokalt, men kan på den anden side få konsekvenser for handels- og bylivet i bymidten.

Nye udvalgswarebutikker på placeringer ved det overordnede vejnet kan være med til at styrke Halsnæs Kommune i den regionale konkurrence med Hillerød og Frederikssund, som begge har attraktive handelsområder i og uden for bymidterne. Sådant planlægning, der sætter rammerne for, at handelslivet i Halsnæs Kommune udvikles med butikker, som ikke i forvejen findes i Frederiksværk, så borgere i Halsnæs Kommune kan handle lokalt i stedet for udenbys, og som alternativ til at handle på nettet, kan samlet set øge omsætningen og bidrage til, at en større del af handlen holdes hjemme i Halsnæs Kommune. En del af omsætningen i de nye butikker vil dog blive hentet lokalt. Nye butikker f.eks. uden for bymidten i Frederiksværk vil derfor få negative effekter for handelslivet i bymidten.

Det er fastlagt ved landplandirektiv, at der ikke kan planlægges for et aflastningsområde i Halsnæs Kommune, hvilket begrænser mulighederne for udbygninger uden for bymidten.

Det anbefales, at der i planlægningen for evt. detailhandel uden for Frederiksværk bymidte sikres en klar rollefordeling mellem Frederiksværk bymidte og ny detailhandel uden for bymidten, sådan at ny detailhandel uden for bymidten i videst muligt omfang supplerer det eksisterende handelsliv i bymidten. En måde at begrænse effekterne for det eksisterende handelsliv er at fastsætte en minimumsstørrelse for nye butikker i uden for bymidten, ved at begrænse udbygnings omfang og ved at fastlægge at der ikke må etableres dagligvarebutikker

eller kundeorienterede serviceerhverv. En konsekvensvurdering kan indgå i den politiske afvejning af fordele og ulemper.

Udbygninger ved sommerhusområderne med udvalgswarebutikker kan desuden bidrage til en samlet set højere omsætning, men kan også betyde, at grundlaget for detailhandlen i Frederiksværk og Hundested udhules. Tillades samtidig nye store dagligvarebutikker ved sommerhusområderne kan det føre til udflytning af betydelig handel, der kan betyde at bymidterne mister den nødvendige kritiske masse. Der er ved store dagligvarebutikker og især varehuse og supermarkeder et stort kundeflow, som er med til at understøtte butikkerne i lokalområdet. Hvis de store dagligvarebutikker flytter ud af bymidten, kan det have konsekvenser for de øvrige butikker i nærområdet.

3.1.2 Koncentrer kundeorienterede serviceerhverv på placeringer i tilknytning til detailhandel

De kundeorienterede serviceerhverv har i dag stadig større betydning for attraktiviteten af bymidterne end tidligere. Planloven fastlægger imidlertid ikke, at de kundeorienterede serviceerhverv skal ligge i særligt udpegede områder, som detailhandlen skal. Uden planlægning risikeres imidlertid en udflytning af visse typer kundeorienterede erhverv til placeringer til det overordnede vejnet.

Det anbefales, at Halsnæs Kommune gennem planlægningen sikrer, at nye kundeorienterede serviceerhverv ligesom detailhandlen som udgangspunkt henvises til placeringer i bymidterne eller andre områder, som f.eks. på Hundested Havn eller lystbådehavne, hvor de indgår i synergi og konkurrence med det øvrige handels- og byliv.

Uden et helt lokalt udbud vil der imidlertid være nogle sommerhusgæster, der helt fravælger udespisningen mv. Derfor er det hensigtsmæssigt, at der også er lokale udbud af tilpas størrelse i sommerhusområderne, så det f.eks. er muligt at spise ude uden at tage bilen og at købe is i den lokale isbod på vej til stranden.

3.1.3 Skab mulighed for andre anvendelser i de sekundære strøggader

Det anbefales, at der i planlægningen fortsat er mulighed, for at stueetagen i de sekundære dele af centerområderne kan anvendes til liberale erhverv såsom pengeinstitutter, ejendomsmæglere, klinikker, fitnesscentre og lignende.

Brancheglidningen vil over tid sandsynligvis betyde, at grænserne mellem de forskellige anvendelser udviskes, og der bliver større efterspørgsel på hybridforretninger bestående af f.eks. salg af beklædning i kombination med kundeorienteret service eller dagligvarebutik i tilknytning til restaurant.

Nye boligprojekter kan også være med til at skabe muligheder for etablering af nye og mere tidssvarende lejemål til detailhandel og andre kundeorienterede erhverv ligesom boligudbygning generelt signalerer investeringer, vækst og udvikling.

Det anbefales, at der i lokalplanlægningen for den mest centrale del af Frederiksværk bymidte på Nørregade fastholdes et krav om kundestrømsintensive funktioner som f.eks. detailhandel eller kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i stueetagen. I de mere sekundære dele af bymidten som Egil Harders Gade eller Torvet kan andre kommercielle funktioner være et godt alternativ til førnævnte funktioner.

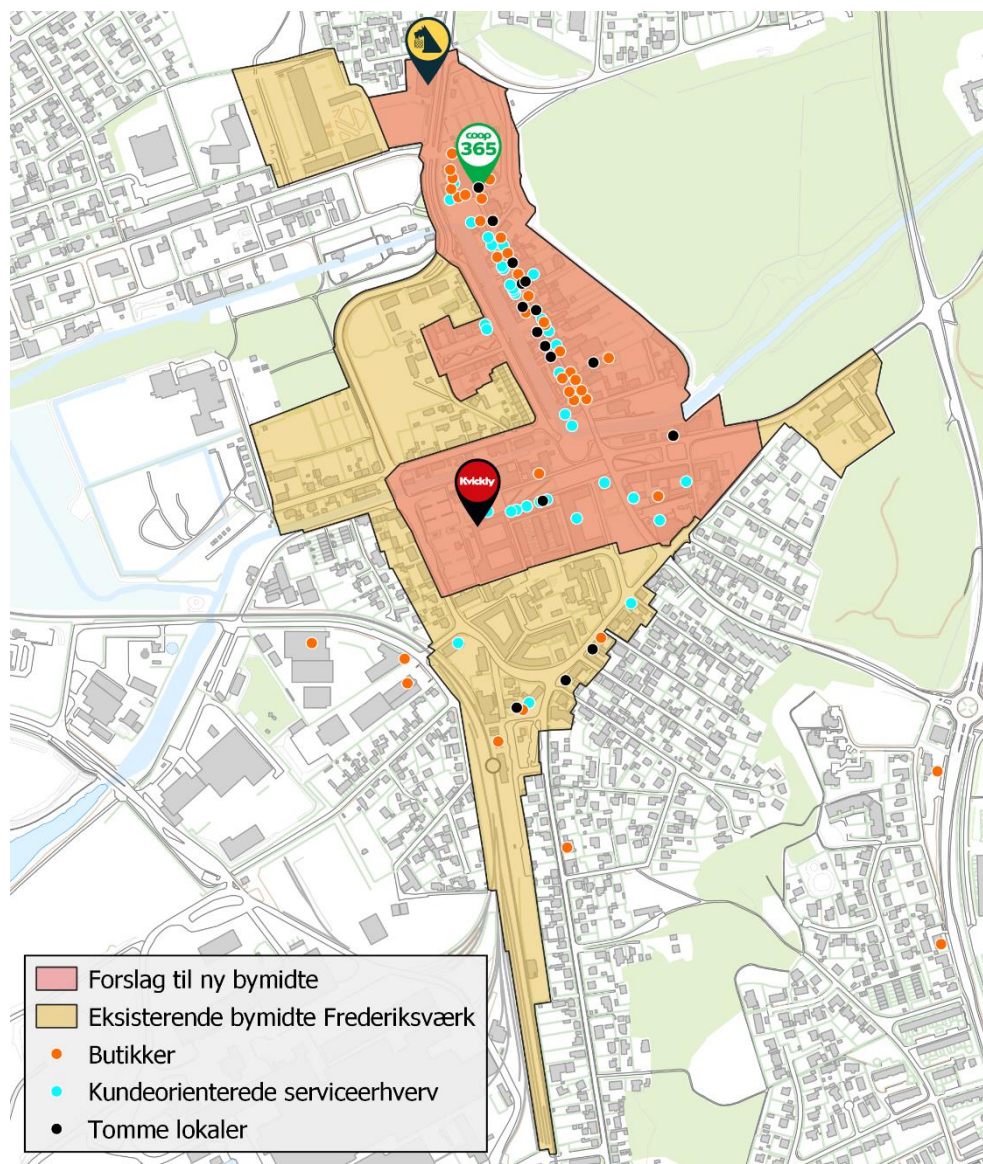
3.1.4 Ændringer i kommuneplanens detailhandelstema

Der er stor restrummelighed i centerstrukturen i Halsnæs Kommune, og det kan overvejes at nedjustere arealrammerne for centerområderne med størst restrummelighed, så restrummeligheden i højere grad afspejler behovet for yderligere areal indenfor en 12-årig planperiode.

Dagligvarebranchen er en meget konkurrencepræget branche, og løbende moderniseringer og udvidelser af butik og parkeringsplads er ofte nødvendigt for at sikre et tidssvarende butiksanlæg, der matcher forbrugernes krav. I Kregme og Torup ligger store dagligvarebutikker, som med de nuværende retningslinjer ikke kan udvide til de lovbestemte maksimalt mulige bruttoetagearealer. Det anbefales at øge den maksimale størrelse pr. dagligvarebutik for derved at muliggøre udvidelser af de eksisterende butikker, samt at hæve arealrammerne. Derved er der mulighed for en modernisering og fremtidssikring af de eksisterende butikker.

Det vurderes, at den geografiske afgrænsning af bymidten i Frederiksværk med fordel kan indskrænkes for at koncentrere fremtidige butikker i den centrale del af bymidten. Omvendt vurderes det, at bymidten i Hundested bør udvides for at udnytte potentialet for butikker på midtermolen på havnen. Samtidig kan der være behov for at indskrænke bymidten i Hundested andre steder.

Det vurderes at bymidteafgrænsningen i Ølsted er hensigtsmæssig, da afgrænsningen på samme tid koncentrerer handelslivet og muliggør udvikling gennem omdannelse af bebyggelse til detailhandel. Det anbefales, at evt. fremtidige ændringer af afgrænsninger af bymidter og andre centerområder kun gennemføres i det omfang, at ændringerne styrker centerområdet som helhed, f.eks. ved at muliggøre et projekt, der styrker det samlede udbud og handelsmiljø.



Figur 3-1 Forslag til indskrænkning af bymidteafgrænsningen i Frederiksværk.

3.2 Øvrige anbefalinger

Halsnæs Kommune kan ikke styre hele udviklingen gennem den fysiske planlægning. Følgende anbefalinger retter sig derfor også mod andre tiltag og handelslivets øvrige interessenter.

3.2.1 Understøt den blandede bymidte

Detailhandel må tænkes sammen med spisesteder og alt indenfor skønhed, sundhed, wellness og kulturoplevelser, som tilsammen skaber det attraktive miks af udbud i en bymidte, der appellerer til borgere fra hele kommunen, turister og besøgende. Udviklingen i de senere år har været, at spisesteder, fitness og andet inden for sundhed, skønhed og behandling er i vækst. Bymidterne bliver mere blandede og udviklingen kan hjælpes på vej. Eksempelvis er de gode placeringer og det attraktive miljø for spisesteder ikke de samme som for butikker.

Offentlige funktioner som f.eks. rådhus, skoler og børnehaver bidrager også til bylivet. Offentlige institutioner og lignede kan med fordel orientere sig mod byen og byrummene. Fælles mødelokaler eller madordning hos byens spisesteder kan være muligheder. Samarbejde mellem uddannelsesinstitutioner og handelserhvervet kan også skabe synergi. Generelt kan hverdagsfunktioner som store dagligvarebutikker og offentlige institutioner i højere grad tænkes som mødesteder i byen.

3.2.2 Styrk bymidterne med opholdskvaliteter

Bymidterne skal udover det rette miks af butikker, spisesteder mv. kunne tilbyde et attraktivt miljø med mulighed for at nyde bylivet eller være aktiv i byens rum. Eksempelvis er legepladsen på Torvet en vigtig del af den attraktive bymidte. I takt med at nethandlen vinder markedsandele stiger betydningen af et hyggeligt, attraktivt og levende bymiljø, hvor shopping kan kombineres med andre oplevelser og aktiviteter. Et godt eksempel er ved Min Købmand i Liseleje, hvor der er skabt et byrum med siddemuligheder i træ, og hvor naturen er trukket ind i byen med øer af marehalm. Området fungerer i sommerhalvåret som et naturligt møde- og opholdssted for besøgende, og er med til at styrke kundestrømmen til de lokale butikker- og serviceenheder i byen.

For Frederiksværk bymidte kan det betyde aktivering af parkeringspladsen på Torvet for enden af Nørregade til bagagerumsmarked, loppemarked på pladserne langs Nørregade og kanalen eller på det renoverede Krudtværkstorvet ved butikscentret. Arrangementer som markeds- og torvedage én gang om måneden i sommerhalvåret samt julemarked på udvalgte dage i december, koncerter og lign kan være med til at tiltrække både lokale og turister.

Det er vigtigt, at der som led i et arbejde med etablering af opholdskvaliteter også er fokus på adgangs- og parkeringsforhold for kunderne. Personbilen er det mest anvendte transportmiddel og bilejerskabet i Danmark er stigende, ligesom antallet af husstande, der råder over to biler, er stigende. Lettilgængelig og tilstrækkelig parkering til bilister og cyklende er ligesom attraktive opholdsmuligheder et konkurrenceparameter for Frederiksværk og Hundested bymidter overfor andre konkurrerende handelsbyer.

3.2.3 Understøt den særlige butiksstruktur i turistbyerne

Mens lokale borgere er villige til at køre langt efter kædebutikkerne, så værdsætter turisterne særligt de selvstændige og unikke butikker. Det rette miks er derfor nødvendigt. Der findes mindre selvstændige butikker i Frederiksværk og Hundested, der er med til at skabe en særlig butiksstruktur. Det er en struktur, som skaber levende bymiljøer og appellerer til turisterne. Handelslivets aktører kan arbejde for at rendyrke de levende bymiljøer med mange små og selvstændige butikker, så kystbyernes handelsliv fastholder en unik profil, der adskiller sig fra de konkurrerende byer. Et stærkt handelsliv med mange selvstændige butikker kan bl.a. indebære, at lokal produktion inviteres ind i bymidterne, så den lokale identitet i handelslivet synliggøres, støtte til iværksættere og til løbende kompetence- og forretningsudvikling, et udbud af velbeliggende lokaler til en overkommelig leje og en beskyttelse mod alt for hård konkurrence fra store kædebutikker uden for bymidterne.

3.2.4 Hent mere fra turismen

Detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv er en effektiv kilde til at gøre turisme til gode lokale arbejdspladser og selvstændige og lokalt forankrede forretninger.

Levende bymidter med et bymiljø af høj kvalitet og et attraktivt shoppingmiljø er en vigtig del af oplevelsen ved at være turist i Halsnæs Kommune. Samtidig findes der en række små, enkeltstående butikker i land- og sommerhusområderne udenfor bymidterne. Det anbefales som hovedregel, at detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv koncentrerer sig i bymidterne, men at gårdbutikker, gallerier, keramikere fortsat kan lokaliseres, hvor de konkrete omstændigheder inviterer til det.

Handelslivet får allerede meget ud af turismen, men potentialet er sandsynligvis ikke fuldt udnyttet. Særligt Hundested Havn vurderes at rumme et uudnyttet potentiale. Turisterne efterspørger især unikke butikker, der ligger i et attraktivt handelsmiljø, og når turisterne køber udvalgsvarer, der ikke relaterer sig til vedligeholdelse eller indretning af sommerhuset, så er det oftest varer, der købes spontant, og som det er muligt at have med under armen. Beklædningsomsætningen er faldet væsentligt siden 2008, og der kan være et potentiale for at tilbageerobre noget af den tabte omsætning ved at appellere til turisterne.

Detailhandlen og de øvrige kundeorienterede serviceerhverv må tænkes sammen med turismen. Arbejdet kunne starte med at få mere viden om, hvad turisterne egentligt efterspørger, og om byerne har det rette udbud, og det kunne slutte med, at detailhandlen, turismeorganisationerne og kommunen beslutter at gå videre med det, der ser mest lovende ud.

3.2.5 Tiltræk manglende kædebutikker

Byernes attraktion som handelsbyer er i stigende grad bestemt af tilstedeværelsen af især kapitalkæder. Kapitalkæderne indenfor udvalgsvarer appellerer især til de lokale forbrugere og ikke i samme grad til turisterne. Kapitalkædernes stigende betydning skyldes, at de generelt er gode til at tiltrække og appellere til den brede forbrugerskare på baggrund af sortiment, butikssindretning, størrelse, markedsføring mv. og at de ofte er mere strømlinede og hurtigere til at opfange nye forbrugertendenser end andre butikker. Kapitalkædebutikker har desuden generelt større investeringsevne end selvstændige erhvervsdrivende.

En styrket indsats for at tiltrække kædebutikker, herunder sæsonåbne kædebutikker, kan ske som et samarbejde mellem Halsnæs Kommune, erhvervsforeninger, grundejere, lokale ejendomsmæglere og butikskæder. Det afgørende er, at relevante placeringer løbende synliggøres over for kæderne, og at der skabes tilid til, at Frederiksværk og Hundested er velfungerende handelsbyer.

3.2.6 Øg tilstedeværelsen online

Nethandlen er den største trussel mod detailhandlen, som vi kender den, men den er også en stor mulighed. Det er vigtigt at forberede detailhandlen, især når

der i Halsnæs Kommune er mange mindre og selvstændige butikker. Butikker med egen netbutik står stærkere i konkurrencen, og i fremtiden bliver nethandel en endnu vigtigere salgskanal – måske også overfor sommerhusgæster, der er rejst hjem. Der kan være et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen netbutik sammen med deres butik eller udnytte eksisterende alternative online salgsplatforme. Udviklingen af detailhandlens netbutikker er et muligt indsatsområde for at styrke detailhandlen i Halsnæs Kommune. Butikker, der er aktive på sociale medier, står også stærkere i konkurrencen. Sociale medier kan benyttes til at nå ud til en større og bredere kundekreds og til at interagere med kunderne. Vedvarende brug af sociale medier kan også bidrage til at opbygge en mere loyal kundekreds.

3.2.7 Samarbejd på tværs af ejendomsskel

Det spredte ejerskab i Frederiksværk betyder, at Frederiksværk Handel ikke har samme beslutningskompetence som f.eks. en administrator af et butikscenter med én ejer, som kan diktere åbningstider og arbejde mere målrettet med optimering af butiksmiks, placeringer, standen af butikker mv. Det spredte ejerskab kan være en ulempe ifm. aktivering af tomme lokaler og fastsættelse af lejeniveau, beslutninger om markedsføring, vedligehold og større investeringer mv. Det betyder også, at der er behov for at Halsnæs Kommune er en tættere partner end ellers – også økonomisk og ift. fysisk forskønnelse, parkering og andre tiltag, der understøtter handelslivet.

3.2.8 Aktiver tomme lokaler

Tomme lokaler har en stor effekt på oplevelsen af handelsstrøgene. Derfor anbefales et målrettet arbejde med at finde nye lejere eller aktivere ledige lejemål midlertidigt. Ved aktivering af tomme forretningslokaler bør det som udgangspunkt tilstræbes at finde en ny lejer i form af en butik, et spisested eller en forretning indenfor personlig pleje, da denne type erhverv skaber mest byliv. Hvis det ikke er muligt, kan en anden publikumsorienteret forretning være et godt alternativ og under julehandlen og i højsæsonen kan midlertidige pop-op butikker være en løsning. I de sekundære handelsgader, kan omdannelse til boligformål være en løsning, hvis en kommerciel anvendelse ikke er mulig.

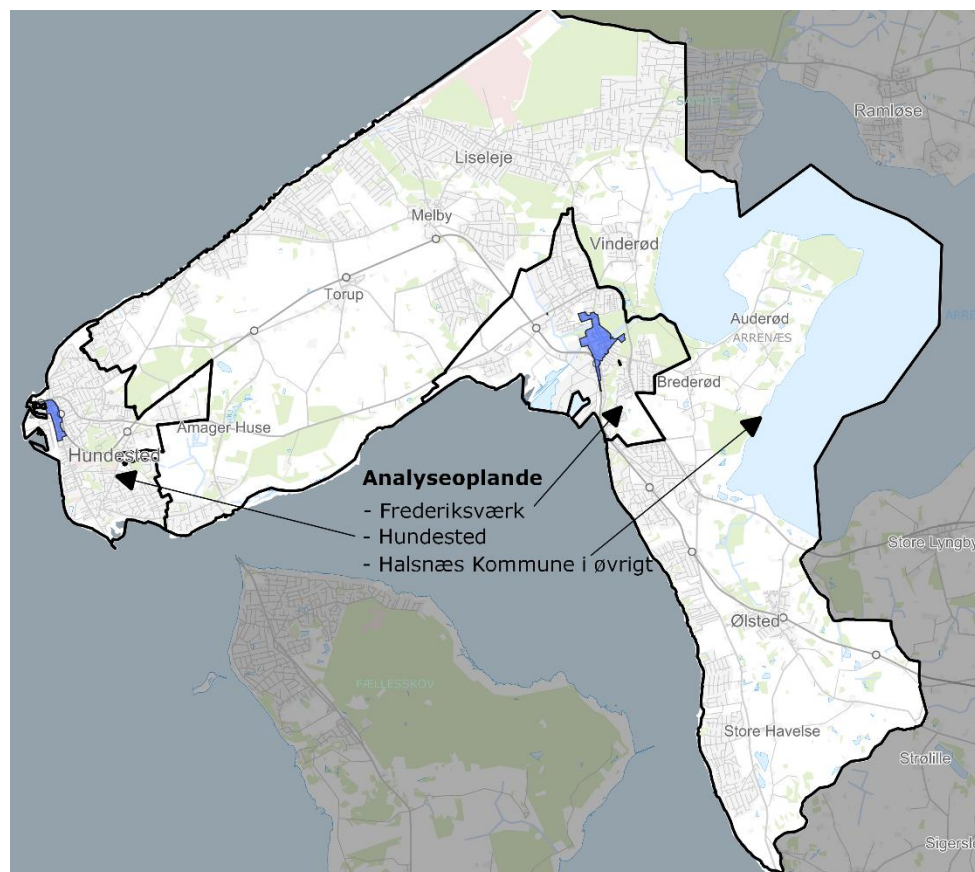
DEFINITION

Sekundære handelsgader defineres som gader der ikke indgår i de primære handelsstrøg. I Frederiksværk er den primære handelsgade for eksempel Nørregade og Torvet, mens de sekundære handelsgader vil være stikveje og sideløbende gader med disse. Et eksempel er Kirkegade og Allegeade. Et eksempel på sekundære handelsgader i Hundested er Havnegade, Jernbanegade og Nordre Beddingsvej.

4 Afrapportering

I afrapporteringen af resultaterne refereres til følgende 6 analyseområder som vist på Figur 4-1:

- > Bymidterne i Frederiksværk og Hundested, som afgrænset i kommuneplanen, og vist med blått nedenfor,
- > områderne Hundested, Frederiksværk og Halsnæs Kommune i øvrigt, som vist med sort afgræsning nedenfor samt
- > Halsnæs Kommune



Figur 4-1 Analyseområder anvendt i afrapportering af resultater.

5 Antal forretninger

Der er 123 butikker i Halsnæs Kommune. 61 af butikkerne ligger i analyseområdet Frederiksværk, 42 i Hundested og 20 Halsnæs Kommune i øvrigt. Der er desuden 94 kundeorienterede serviceerhverv i Hundested og Frederiksværk bymidte.

METODE

Forretningerne er kortlagt ved besigtigelse i februar 2023. Besøgene er suppleret med oplysninger fra CVR og COWIs register.

Se ordforklaringen sidst i rapporten for definitioner af hovedbrancherne dagligvarer, beklædning, boligudstyr, øvrige udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper (SPV).

5.1 Antal butikker

Der er 123 butikker i Halsnæs Kommune. Heraf er 49 butikker eller ca. 40 % dagligvarebutikker, 20 butikker eller 16 % er beklædningsbutikker, 17 butikker eller 14 % er boligudstysbutikker, 27 butikker eller ca. 20 % er øvrige udvalgswarebutikker og 10 butikker eller 8 % er butikker med særligt pladskrævende varegrupper (SPV). Ud af de 10 butikker med SPV er 4 forhandlere af motorkøretøjer.

61 butikker eller 50 % af butikkerne i Halsnæs Kommune ligger i analyseområdet Frederiksværk fordelt med 38 butikker i Frederiksværk bymidte og 23 butikker i Frederiksværk område i øvrigt. Frederiksværk bymidte er dermed det klart største udbudspunkt i Halsnæs Kommune.

42 butikker eller 34 % af butikkerne ligger i analyseområdet Hundested. Heraf ligger 19 af butikkerne i Hundested bymidte. Målt på antal butikker er Hundested bymidte ca. halvt så stor som Frederiksværk bymidte.

I analyseområdet Halsnæs Kommune i øvrigt ligger der 20 butikker, hvilket svarer til 16 % af butikkerne i Halsnæs Kommune. 3 af butikkerne ligger i Ølsted bymidte.

I forbindelse med kortlægningen blev der også registreret tomme lokaler i Frederiksværk og Hundested bymidte. I Frederiksværk bymidte er der 16 tomme lokaler, hvoraf den største koncentration ligger i Nørregade. I Hundested er der 13 tomme lokaler, hvoraf den største koncentration ligger i Nørregade.

Tabel 5-1 Antal butikker i Halsnæs Kommune i 2023 fordelt på hovedbrancher og analyseområder.

Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	SPV	I alt	Andel
Frederiksværk bymidte	14	24	10	6	8	-	38	31 %
Område Frederiksværk i øvrigt	7	9	1	7	1	7	23	19 %
Område Frederiksværk i alt	21	33	11	13	9	7	61	50 %
Hundested bymidte	12	7	3	2	2	-	19	15 %
Område Hundested i øvrigt	3	19	5	-	14	1	23	19 %
Område Hundested i alt	15	26	8	2	16	1	42	34 %
Halsnæs Kommune i øvrigt	13	5	1	2	2	2	20	16 %
Halsnæs Kommune	49	64	20	17	27	10	123	100 %

Antallet af butikker er faldet med 30 i Halsnæs Kommune siden 2008. Det er især i analyseområderne Frederiksværk og Halsnæs Kommune i øvrigt, at der er sket en tilbagegang i antallet af butikker, mens område Hundested nogenlunde holder samme butiksbestand som i 2008.

Tabel 5-2 Udvikling i antal butikker i Halsnæs Kommune fra 2008-2023 fordelt på hovedbrancher og analyseområder. Tabellen er uden SPV.

Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	I alt
Område Frederiksværk i alt	-4	-18	-10	-4	-4	-22
Område Hundested i alt	-1	2	-2	-4	10	1
Halsnæs Kommune i øvrigt	-5	-2	-1	-1	0	-7
Halsnæs Kommune i alt	-10	-18	-13	-9	6	-28

5.1.1 Dagligvareforsyningen

Der er 18 store dagligvarebutikker og 31 mindre dagligvarebutikker i Halsnæs Kommune. Dagligvarebutiksstrukturen i Halsnæs Kommune er samlet set karakteriseret ved en forholdsvis god dækning med en lokal dagligvarebutik i alle større byer.

DEFINITION

Store dagligvarebutikker er i denne sammenhæng varehuse, supermarkeder, discountbutikker og købmandsbutikker. Store dagligvarebutikker omfatter ikke bagere, blomsterbutikker, kiosker, apoteker, slagtere og andre mindre butikker.

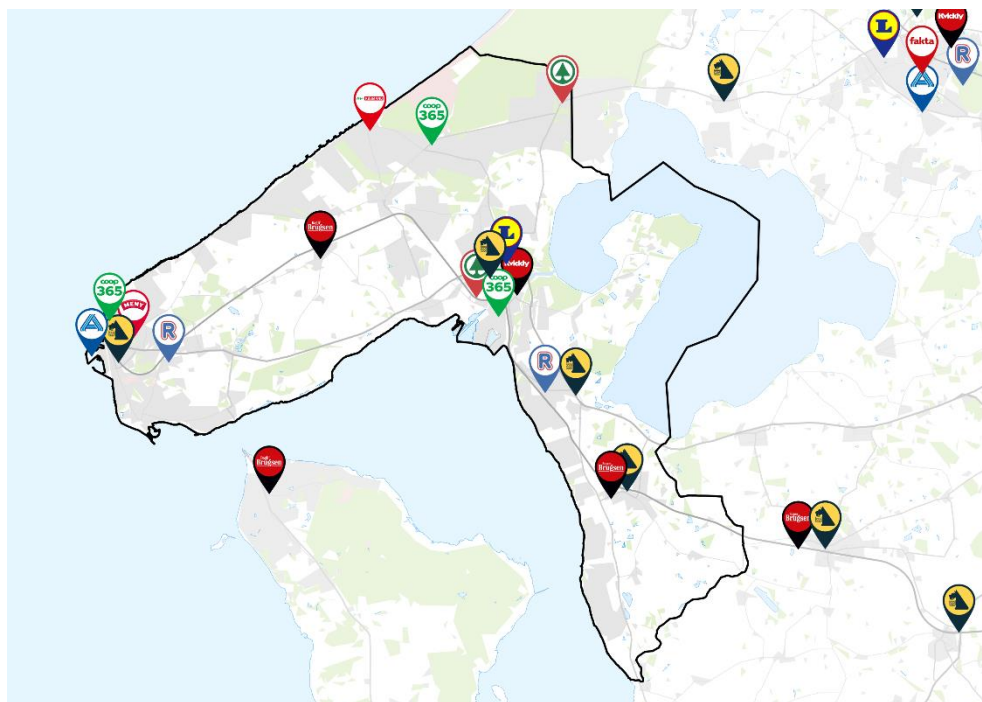


Figur 5-1 Kvickly og Lidl i Frederiksværk.

Der findes flere forskellige dagligvarebutikker i de tre bymidter, hvilket bidrager til et stort udvalg af dagligvarer til fordel for borgere og turister. I Frederiksværk ligger varehuset Kvickly og discountbutikkerne Netto, Coop 365discount, Lidl samt en Spar. I Hundested ligger supermarkedet Meny samt discountbutikkerne Rema 1000, Netto, Coop 365discount og førhen ALDI, som overtages af Rema 1000. I Ølsted ligger supermarkedet SuperBrugsen og discountbutikken Netto. En mindre by som Kregme har flere store dagligvarebutikker med både Rema 1000 og Netto og i Liseleje og Asserbo ligger hhv. Min Købmand og Coop 365discount. Også Torup har egen stor dagligvarebutik i form af en Dagli'Brugsen.

Dagligvareomsætningen i de store dagligvarebutikker er i alt ca. 1.020 mio. kr., hvilket svarer til omkring 94 % af den samlede dagligvareomsætning i Halsnæs Kommune.

De fleste små dagligvarebutikker som bagere, kiosker, blomsterhandlere, apoteker mv. ligger i Frederiksværk og Hundested bymidter, men også i sommerhusområderne ved Liseleje og Asserbo.

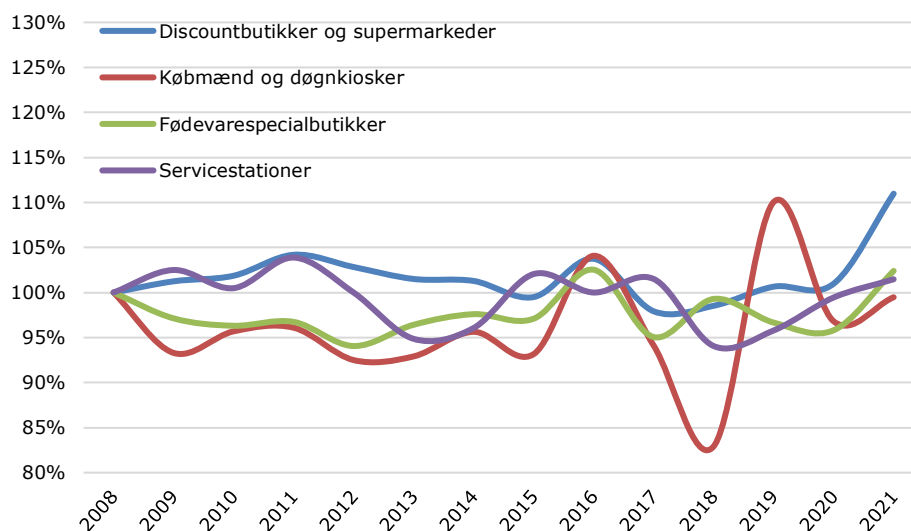


Figur 5-2 Store dagligvarebutikker i og nær Halsnæs Kommune.

Generel udvikling i dagligvareforsyningen

Strukturudviklingen indenfor dagligvarebranchen går mod færre, men større butikker. Udviklingen er drevet af især nye indkøbsmønstre og forbrugertendenser, urbaniseringen, borgernes øgede mobilitet og liberaliseringen af planloven.

Data fra Danmarks Statistik viser, at antallet af discountbutikker, supermarkeder, varehuse og lignende store dagligvarebutikker på landsplan er steget med ca. 13 % fra ca. 2.200 til ca. 2.500 butikker i perioden 2008-2021. Udviklingen er dog uens fordelt, og der har været en større fremgang i de største byer.



Figur 5-3 Indeksret udvikling i antal dagligvarebutikker i Danmark i perioden 2008-2021.

Fastholdelse af en lokal dagligvareforsyning i landsbyerne forudsætter befolkningstilvækst, eller at tilbagegangen ikke er for stor, og at der er stærk lokal opbakning. Der er andre steder i landet eksempler på initiativer, hvor borgere og lokalsamfund bliver medfinansierende af en dagligvarebutik, og hvor det er lykkedes at modernisere en eksisterende butik og øge omsætningen markant eller at etablere en helt ny og levedygtig dagligvarebutik. Andre steder har ubemandede dagligvarebutikker vist sig som et godt alternativ.

Etablering af nye dagligvarebutikker

De store dagligvarebutikker er vigtige for forsyningen med fødevarer og andre dagligvarer. Samtidig er de store dagligvarebutikker vigtige ankerbutikker, der genererer kundestrøm til fordel for det øvrige nærliggende handelsliv.

Dagligvarer købes fortrinsvist lokalt nær bopælen, herunder ifm. pendling, og nye store dagligvarebutikker vil hente langt størstedelen af deres omsætning fra nærliggende og lignende store dagligvarebutikker. Typisk vil kun en begrænset del af omsætningen blive hentet fra dagligvarebutikker i andre byer og fra nabokommuner. Hvor store andele, der hentes hvorfra, afhænger af den konkrete placering og butik. Den nordvestlige del af kommunen er afgrænset af vand på tre sider og har et naturligt afgrænset dagligvareopland. Det er oftest kun ændringer i butiksstrukturen nær kommunegrænsen eller i områder med en del turisme, og tilfælde hvor en ny butik er en væsentlig forbedring af udbuddet, at der kan forventes en vis virkning på handelsbalancen for dagligvarer.

Kædernes etableringskrav

Dagligvarekæderne vægter både et stort lokalt opland og en placering ved det overordnede vejnet højt ved placering af nye butikker.

Til en ny, tidssvarende discountbutik på ca. 1.200 m² ønsker kæderne typisk ca. 70 p-pladser og gerne med en bredde på 2,8 m. Det høje antal p-pladser, som overstiger de kommunale parkeringsnormer, skyldes nødvendigheden af at kunne tilbyde nok parkering i spidsbelastningsperioderne. Behovet for mange bilparkeringspladser er størst for dagligvarebutikker i tilknytning til det overordnede vejnet og udenfor bymidterne.

Kunderne og dermed også kæderne efterspørger lettilgængelige p-pladser, som er synlige og overskuelige, ved ankomst til butikken i bil, hvilket medfører et behov for p-pladser i terræn foran butikken og ud mod vejen og byrummet. P-pladsen skal have en disponering, der giver god manøvreplads og mulighed for at cirkulere, dvs. uden blinde ender. En ny discountbutik på en placering udenfor en bymidte optager typisk ca. 1.200 m² til butiksareal, lager og personalefaciliteter og ca. 3.000 m² til parkerings- og færdselsareal i form af kundeparkering, cykelparkering, vareleveringsareal og varegård, gangareal til bløde trafikanter, udendørs udstillingsareal, servicevej og grønne forarealer.

5.2 Antal kundeorienterede serviceerhverv

Udover butikkerne er de kundeorienterede serviceerhverv også vigtige dele af det kommercielle byliv. Serviceerhvervene består af erhverv som frisører, saloner mv. indenfor personlig pleje samt restauranter, caféer mv. der i høj grad fungerer på samme vilkår som detailhandlen. Serviceerhvervene består også af

erhverv som f.eks. banker og læger, der i højere grad har karakter af gøremål, men som sikrer en kundestrøm og er vigtige for udbuddets bredde.

Forretningerne indenfor personlig pleje og restauration samt kulturstederne som f.eks. biografen og museerne i Halsnæs er med til at forlænge kundernes ophold og bidrager til byliv på andre tidspunkter af døgnet end detailhandlen gør.

METODE OG DEFINITION

Kundeorienterede serviceerhverv i stueetagen er kortlagt indenfor bymidterne i Frederiksværk og Hundested. Der i Hundested desuden kortlagt servicefunktioner på havnen.

Størstedelen af de kundeorienterede serviceerhverv, der er registreret, er forretninger, der fungerer på samme kommercielle vilkår som butikker, dvs. at de har fysiske lokaler, faste åbningstider, salg til private kunder og adgang for alle til at købe – også uden medlemskab og uden tidsbestilling. Fælles for de kortlagte kundeorienterede serviceerhverv er, at de har aktive facader og bidrager til bylivet.

Kundeorienterede serviceerhverv, der indgår i analysen er:

- > Restauration: Pizzeria, café, bar, sushi-restaurant mv.
- > Personlig pleje: Frisør, solcenter, massage mv.
- > Kultur og fritid: Biograf, museum, bibliotek, fitnesscenter mv.
- > Hotel: Hotel, vandrehjem, feriecenter mv.
- > Bank og ejendomsmægler
- > Sundhed: Læger og sundhedsfunktioner.
- > Andet: Udlejningsbureauer, tankstationer uden kiosk mv.

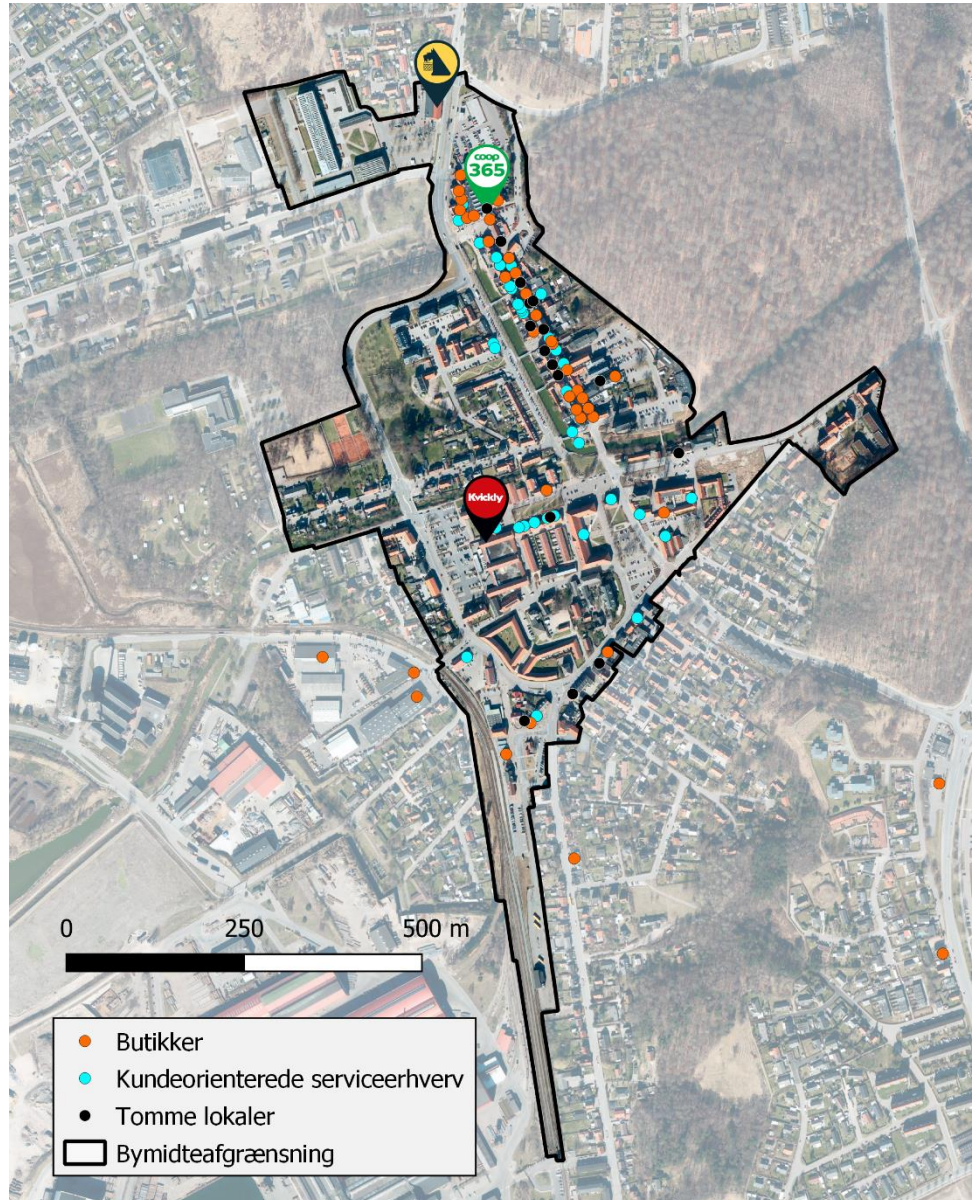
Eksempler på funktioner, der ikke indgår i analysen:

- > Sportsklubber, private foreninger mv.
- > Ikke-udadvendte offentlige institutioner som, børnehaver, skoler, råd-huse mv.
- > Liberale erhverv som rådgivende ingeniører, advokater mv.
- > Bed and breakfast
- > Kirker

Der er 94 kundeorienterede serviceerhverv i Frederiksværk og Hundested bymidter. De kundeorienterede serviceerhverv fordeler sig med 31 enheder eller 33 % inden for restauration, 23 enheder eller 24 % inden for personlig pleje, 13 enheder eller 14 % inden for bank- og ejendomsmæglere, 10 enheder eller 11 % inden for kultur og fritid, 6 enheder eller 6 % inden for sundhed samt 8 enheder eller 11 % inden for anden kundeorienteret service. Der er i Frederiksværk bymidte flere kundeorienterede serviceerhverv (52) end butikker (38), mens der i Hundested bymidte og havn er omkring dobbelt så mange serviceenheder (42) som kundeorienterede butikker (19).

I bymidterne ligger de kundeorienterede serviceerhverv spredt og blandet med detailhandlen. I Frederiksværk bymidte ses dog en overvægt af kundeorienterede serviceerhverv på Nørregade og på Torvet. De kundeorienterede serviceerhverv understøtter butikkerne, idet nogle erhverv som restauranter kan gøre

at kunderne bliver længere i bymidten, og for eksempel frisører, banker og lign har en tendens til at trække kunder ind til bymidten, som så har mulighed for at shoppe efter deres aftale ved f.eks. frisøren. Det er ikke unaturligt, at der er mindst lige så mange kundeorienterede serviceerhverv som butikker.



Figur 5-4 Beliggenheder af forretninger og tomme lokaler i Frederiksværk bymidte.



Figur 5-5 Beliggenheder af forretninger og tomme lokaler i Hundested bymidte.

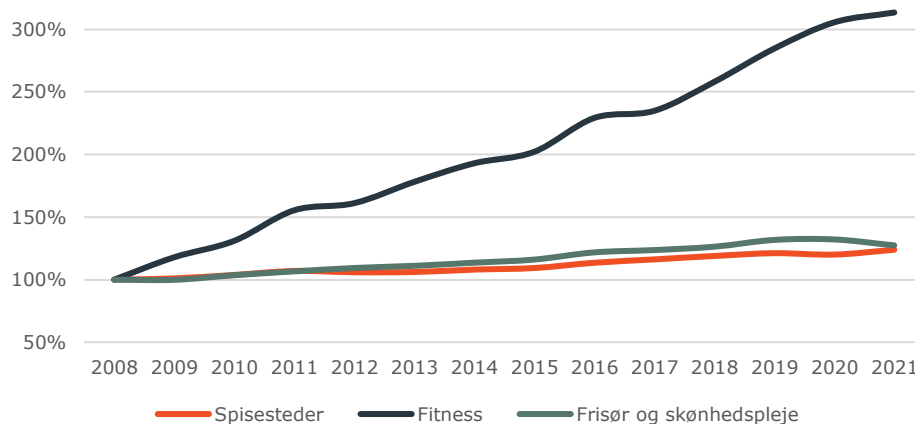
Generel udvikling

Serviceerhverv som spisesteder, frisører og klinikker spiller en stigende rolle for bylivet, og sammen med butikkerne er service- og kulturtilbud vigtige bidragsydere til det byliv, der gør bymidterne attraktive for kunderne. Ændringerne i forbrugsmønstrene og konkurrencen mellem byerne om at være attraktive for indbyggere, turister og tilflyttere medfører en konstant udvikling af byernes service- og kulturtilbud. Mens antallet af butikker på landsplan er faldet, så har der været vækst i andre brancher. Madvanerne er f.eks. under forandring, og flere spiser i dag ude eller tager færdigmat med hjem. Det har medført flere spisesteder. På samme måde er der i dag flere, der motionerer og prioriterer sundhed, skønhed og velvære. Det har medført flere fitnesscentre, saloner og lignende indenfor personlig pleje.

Restaurationsbranchen har gennem en årrække haft vækst indenfor alt fra klassiske restauranter til caféer, barer, takeaway-steder, cateringfirmaer og food-trucks. branchen som helhed er vokset alle år siden 2008 jf. Figur 5-6. Det kan

formentlig forventes, at især konceptrestauranterne kommer til at fylde mere i bybilledet fremover.

Motion, sundhed og skønhed er i vækst og har også sat sit præg på byer og bymidter. Der er ikke samlede tal for væksten i hele branchen, men antallet af fitnesscentre i Danmark er steget uafbrudt og steget med ca. 38 % til over 700 kommercielle centre i perioden 2008-2021. Fitnesscentre er blot ét eksempel. Der er vækst over et bredt felt af forretninger, som baserer sig på kroppens sundhed, skønhed og velvære. Fysioterapeuter, kiropraktikere, alternative behandlere, frisører, skønhedsklinikker, tatovører mv. er andre eksempler. De ændrede vaner og efterspørgselsmønstre viser sig ikke kun som nye virksomheder. De senere år er motion flyttet ud i byerne og naturen, og aktive motionister fylder i dag mere i gadebilledet.



Figur 5-6 Indexeret udvikling i antal kundeorienterede serviceerhverv fra 2008-2021 inden for udvalgte hovedbrancher (Danmarks Statistik).



Figur 5-7 Restaurant i Frederiksværk bymidte.

5.3 Butikkernes attraktion

Samlet set ligger butikkernes attraktion på et middel-lavt niveau. Butikkerne i Frederiksværk har den højeste attraktion på 3 mens butikkerne i Halsnæs i øvrigt har den laveste attraktion på 2,4.

For at karakterisere butiksudbuddet i kommunen er der ifm. rekognosceringen af butikkerne foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion.

METODE

I vurderingen af butikkernes attraktion er der bl.a. taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, dens størrelse ift. sortimentet og branchen, disponeringen af arealerne samt dens indretning og fremtoning – herunder skilte og facader.

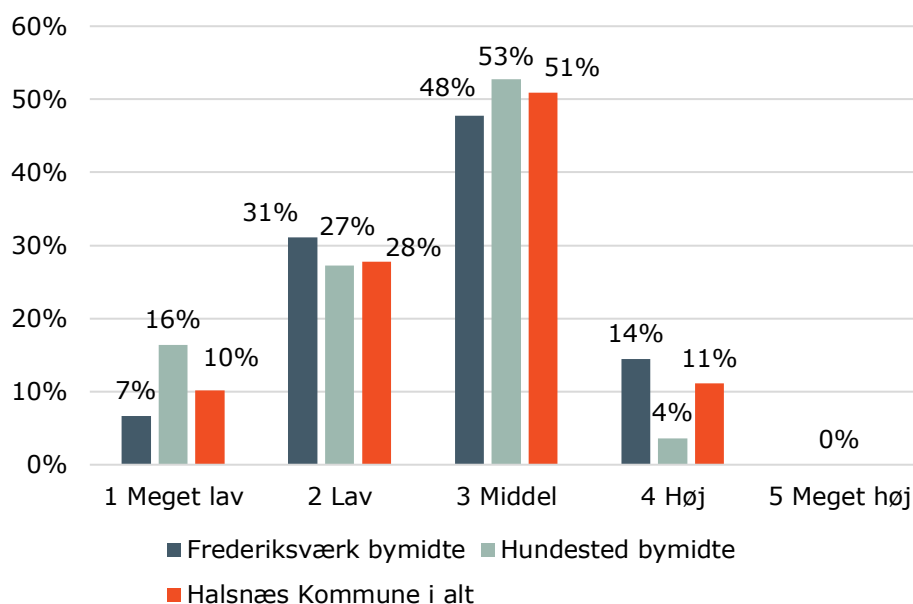
Følgende skala er anvendt:

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

Vurderingen skal opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butik.

Tabel 5-3 Butikkernes gennemsnitlige attraktion i 2022 fordelt på analyseområder og hovedbrancher.

Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Frederiksværk bymidte	3,0	2,9	3,0
Frederiksværk område	3,1	2,9	3,0
Hundested bymidte	2,6	1,7	2,2
Hundested område	2,6	2,3	2,4
Halsnæs Kommune i øvrigt	2,4	2,3	2,4
I alt	2,8	2,6	2,7



Figur 5-8 Spredning i attraktion for butikker fordelt på Frederiksværk og Hundested bymidter samt Halsnæs Kommune i alt.

5.3.1 De kundeorienterede serviceerhvervs attraktion

De kundeorienterede serviceerhvervs attraktion er vurderet i Frederiksværk og Hundested bymidter. I Frederiksværk bymidte ligger den gennemsnitlige attraktion på 2,5, hvor især restauranter og frisører vægter højt ift. antallet af enheder. Attraktionen i begge bymidter er generelt vurderet forholdsvis lavt. Uden for bymidterne findes der hyggelige grupperinger af forretninger som f.eks. i Liseleje, hvor butikker og kundeorienterede serviceenheder ligger side om side og er med til at skabe et hyggeligt miljø. Et hyggeligt miljø er med til at tiltrække turister og omsætning til området, hvilket gør at især restauranter har glæde af at vedligeholde deres bygninger og forarealer. Restauranterne i især Frederiksværk ligger lavt i attraktion, hvilket kan påvirke kunders lyst til at spise der.

Tabel 5-4 Serviceenheders gennemsnitlige attraktion i 2023 fordelt på bymidter og hovedbrancher.

Hovedbranche	Frederiksværk bymidte	Hundested bymidte
Restauranter, caféer mv.	2,1	2,5
Bank og ejendomsmægler	2,9	3
Personlig pleje	2,5	2,8
Kultur og fritid	3,2	2,2
Anden service	2,7	2,5
Gennemsnitlig attraktion	2,5	2,6



Figur 5-9 Kanalen i Frederiksværk bymidte

6 Kædeforhold

Andelen af butikker i Halsnæs Kommune indenfor kædesamarbejde er ca. 48 % og ligger væsentligt under landsgennemsnittet. En række af de kendte kæder mangler i Halsnæs Kommune. Tilstedeværelsen af kædebutikker er afgørende ift. at afholde forbrugere fra at køre til Hillerød eller Frederikssund eller fra at handle på nettet.

Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Kædebutikkerne appellerer til en bredere forbrugerskare og tiltrækker normalt kunder fra et større opland end de uafhængige butikker. Andelen af kapitalkædebutikker kan også ses som udtryk for, i hvilket omfang en by er mål for udefrakommende investeringer fra centralt styrede kæder.

Samtidig er det også vigtigt for en handelsby, at de forholdsvis ensartede kapitalkædebutikker suppleres af butikker i frivillige kæder og udenfor kædesamarbejde, som bidrager til variation og specialisering i butiksudbuddet, til uventede oplevelser og giver handelsbyen identitet. Mens kapitalkæderne typisk har et større udvalg og mere fleksible bytteordninger, er de selvstændige forretningsdrivende ofte bedre til at tilpasse forretningen til lokale forhold og til at appellere til turisterne.

Mens andelen af mindre specialbutikker som slagtere, grønthandlere, boghandlere, isenkræmmere og lignende udenfor kædesamarbejde fortsat er faldende på landsplan, så er andelen af større butikker indenfor kædesamarbejde fortsat stigende.

DEFINITION

Kædebutikker er her defineret som butikker, der er del af kapitalkæder, frivillige kæder og franchisekæder med mindst fire butikker.

- > Kapitalkæder: Flere butikker ejes af samme person eller selskab.
- > Frivillige kæder: En række butiksdrivende fra samme branche har et organiseret samarbejde om fælles indkøb eller markedsføring.
- > Franchisekæder: En franchisegiver stiller et fuldt butikskoncept til rådighed for en franchisetager mod royalties. Franchisegiver udstikker retningslinjer for indkøb, markedsføring, butiksindretning m.m., mens franchisetager varetager driften.

Andelen af kædebutikker i Halsnæs Kommune er ca. 48 %. I Frederiksværk bymidte er 53 % af butikkerne kædebutikker, mens det er 47 % i Hundested bymidte. For de øvrige dele af kommunen under ét er det 30 %. Kædeandelen i de øvrige dele af kommunen trækkes op af en forholdsvis høj andel store dagligvarebutikker, der alle er inden for kædesamarbejde. Kædeandelen er højst i Frederiksværk, hvor mange butikker i bymidten, herunder især på Nørregade og Industrivej, er kædebutikker. I Frederiksværk findes kædebutikker som bl.a. JYSK, thansen og jem & fix.

Trækkes de store dagligvarebutikker ud af tallene, fås en kædeandel for Halsnæs Kommune på omkring 39 %.

Den høje andel af butikker uden for kædesamarbejde i Halsnæs Kommune betyder, at butikkerne og bymidterne skiller sig ud fra mængden, men betyder samtidig, at butikkerne ikke i samme grad appellerer til den brede forbrugerskare, da det ofte er kædebutikker, som tiltrækker lokale forbrugere, og afholder dem fra at købe over nettet. Den lave kædeandel er derfor både en styrke og en svaghed.

6.1 Kædernes etableringskrav

Der er muligheder for at tiltrække en række kæder inden for boksbutiksegmentet til Halsnæs Kommune. Eksempler er på kæder, der ikke er repræsenteret med en butik i Halsnæs Kommune, er Maxi Zoo, Skousen, Punkt1, Land & Fritid, Sport 24, Ny Form m.fl. Potentialet er størst på placeringer ved det overordnede vejnet. Især området med storbutikker ved Industrivej i Frederiksværk er egnet.

Som udgangspunkt er det mest hensigtsmæssigt, at handelslivet koncentrerer sig i få udbudspunkter i form af bymidterne. Store butikker kan dog ikke uden videre indpasses i de tætbebyggede bymidter, og mindre kædebutikker inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer søger oftest mod de større byer.

Mindre udvalgswarebutikker

Kæderne inden for beklædning efterspørger typisk placeringer på de primære strøg-gader og ved centrale pladser i bymidterne i de større byer eller i butikscentre. Med et samlet indbyggertal på godt 31.000 borgere er det lokale kundegrundlag i Halsnæs Kommune forholdsvist stort, men køretiderne på kun ca. 15 min i bil til Helsingør og 20 min til Hillerød og Frederiksværk betyder, at afstandene til konkurrerende udbudspunkter er korte. Uagtet lejeniveauet, som ikke er kortlagt, så vurderes det på baggrund af den regionale konkurrencesituation, at især Hundested, men også Frederiksværk bymidte er udfordret på at være attraktiv nok for de største af de kæder med butikker inden for udvalgsvarer, som f.eks. tøjbutikkerne Selected, Neye og Only som typisk placerer sig i bymidterne. Der vurderes at være bedre muligheder for mindre beklædningsbutikker, øvrige udvalgswarebutikker og boligudstøvsbutikker uden for kædesamarbejde, og som appellerer til turisterne.

Mellemstore og store udvalgswarebutikker

De mellemstore og store udvalgswarebutikker på over 400 m² placeres generelt uden for de centrale dele af bymidterne eller helt uden for bymidterne. En naturlig årsag til dette er, at det ofte er vanskeligt at indpasse store butiksenheder i en bymidte, hvor det er vanskeligt at etablere et tilstrækkeligt antal lettilgængelige p-pladser. Kæderne med de store butikker, som H&M, Elgiganten og Sport 24, efterspørger typisk placeringer i tilknytning og med synlighed fra det overordnede vejnet, hvor der er god tilgængelighed for bilister og mulighed for at etablere i størrelsesordenen 20 p-pladser. Kæderne med de store udvalgswarebutikker etablerer sig derfor ofte på kanten af byerne, ved indfaldsveje og nær områder til butikker med SPV. Muligheden for samlokalisering med andre kæder inden for samme eller beslægtede brancher vægtes også højt af kæderne.

7 Areal

Det samlede areal af detailhandlen i Halsnæs Kommune er ca. 60.000 m² fordelt med knap 50 % på dagligvarebutikker, godt 30 % på udvalgswarebutikker og ca. 20 % på butikker med SPV. Butikkerne i Frederiksværk bymidte tegner sig for ca. 25 % af det samlede areal i kommunen.

METODE

Arealet af hver aktiv butik er registreret. Tomme lejemål, der tidligere har været anvendt til detailhandel eller kundeorienteret service, indgår ikke i opgørelsen.

Det opgjorte areal består af butiksarealet, personalefaciliteter mv. Lagerarealet er kun medregnet, hvis det har umiddelbar tilknytning til butikken. Udendørs arealer indgår ikke i arealet. Oplysninger om arealet er indsamlet direkte fra den butiksdrivende, ved vurdering under besigtigelsen eller ved opslag i BBR.

Kortlægningen er udtryk for et øjebliksbillede, og det anbefales, at der ved f.eks. lokalplanlægning for detailhandel gennemføres en opdatering. Ved planlægning skal der desuden også tages højde for udlagte, men ikke-udnyttede byggeretter.



Figur 7-1 Nørregade i Frederiksværk bymidte.

Detailhandlen i Halsnæs Kommune har et samlet areal på ca. 60.000 m². Arealet fordeler sig med ca. 28.400 m² eller ca. 47 % på dagligvarebutikker, ca. 4.500 m² eller ca. 8 % på beklædningsbutikker, ca. 11.000 m² eller ca.

18 % på boligudstørsbutikker, ca. 3.700 m² eller ca. 6 % på øvrige udvalgsvarer-butikker og ca. 12.100 m² eller ca. 20 % på butikker med SPV.

De store dagligvarebutikker og butikkerne med SPV optager meget plads. De store dagligvarebutikker har et samlet areal på godt 24.000 m² og står således for ca. 40 % af det samlede areal. Butikker med SPV udgøres bl.a. af et par byggemarkeder og trælastere i Frederiksværk, som er kendetegnet ved et stort udsnit møntet på erhvervskunder, men med adgang for privatkunder. Trælasternes areal indgår i opgørelsen, da arealer med adgang for privatkunder i udgangspunktet skal regnes som detailhandelsareal. Umiddelbart vurderes det dog, at over halvdelen af trælasterne består af kolde haller med tømmer og byggematerialer, som primært er knyttet til engrossalg og i mindre grad detailhandel.

Koncentrationen af butikker i Halsnæs Kommune kommer til udtryk i fordelingen af arealet i byerne i kommunen. Butikkerne i område Frederiksværk tegner sig for i alt ca. 60 % af det samlede areal, fordelt med ca. 14.500 m² i Frederiksværk bymidte, som er det største udbudspunkt, og 21.300 m² i Frederiksværk område i øvrigt. Område Hundested står for ca. 22 % af arealet med 14 % eller ca. 8.500 m² i Hundested bymidte, som er det andet største udbudspunkt.

Tabel 7-1 Areal i m² i Halsnæs Kommune i 2023 fordelt på hovedbrancher og områder.

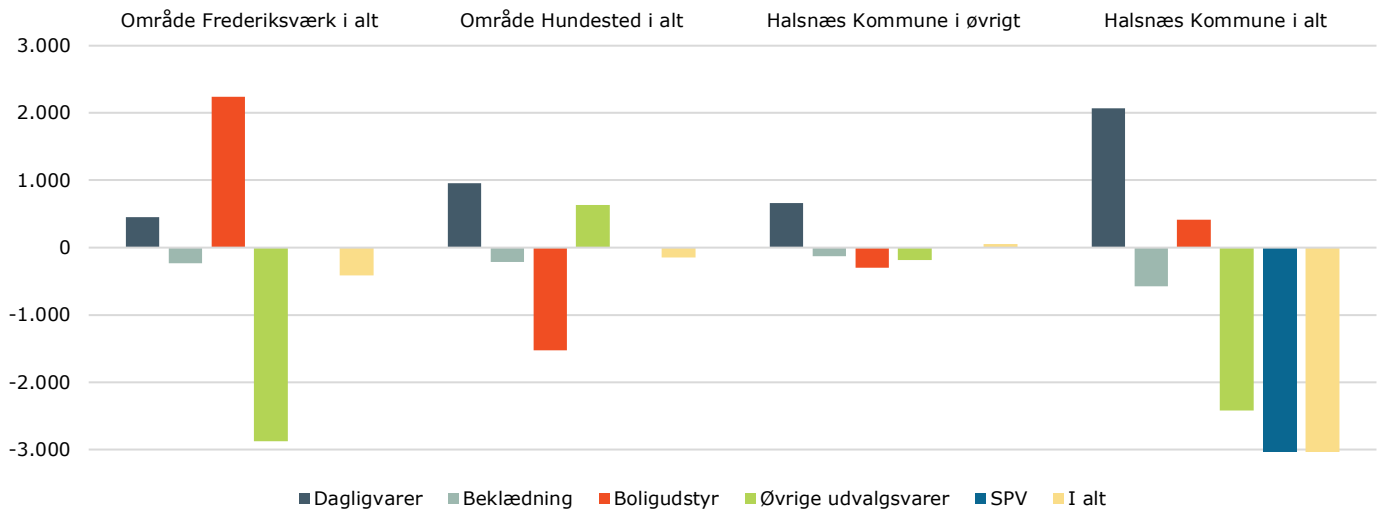
Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	SPV	I alt	Andel
Frederiksværk bymidte	7.050	7.500	2.485	3.070	1.940	-	14.540	24 %
Område Frederiksværk i øvrigt	3.500	8.040	985	6.870	180	9.740	21.280	36 %
Område Frederiksværk i alt	10.550	15.535	3.470	9.940	2.120	9.740	35.820	60 %
Hundested bymidte	7.100	1.385	425	870	85	-	8.470	14 %
Område Hundested i øvrigt	1.150	1.910	560	-	1.350	1.410	4.485	8 %
Område Hundested i alt	8.260	3.295	985	870	1.435	1.410	12.960	22 %
Halsnæs Kommune i øvrigt	9.560	395	70	205	120	905	13.350	18 %
Halsnæs Kommune i alt	28.360	19.220	4.525	11.020	3.680	12.055	60.025	100 %

Sammenlignes arealet med forrige analyse fra 2008, er arealet reduceret med godt 7.000 m². Faldet inden for øvrige udvalgsvarer og SPV er i alt 9.000 m², men opvejes delvist af en stigning inden for dagligvarer og boligudstyr.

Butikkerne i Frederiksværk område har oplevet en mindre tilbagegang baseret på en tilbagegang inden for øvrige udvalgsvarer og beklædning, som bliver modvirket af en fremgang inden for dagligvarer og boligudstyr.

Butiksarealet i Hundested område har oplevet en mindre tilbagegang baseret på en nedgang i boligudstyr og beklædning, som modvirkes af fremgang inden for dagligvarer- og øvrige udvalgsvarer.

Halsnæs Kommune i øvrigt har forholdt sig nogenlunde på samme niveau som i 2008. Her har været en tilbagegang inden for boligudstyr og øvrige udvalgsvarer og beklædning, som bliver modvirket af en fremgang inden for dagligvarer.



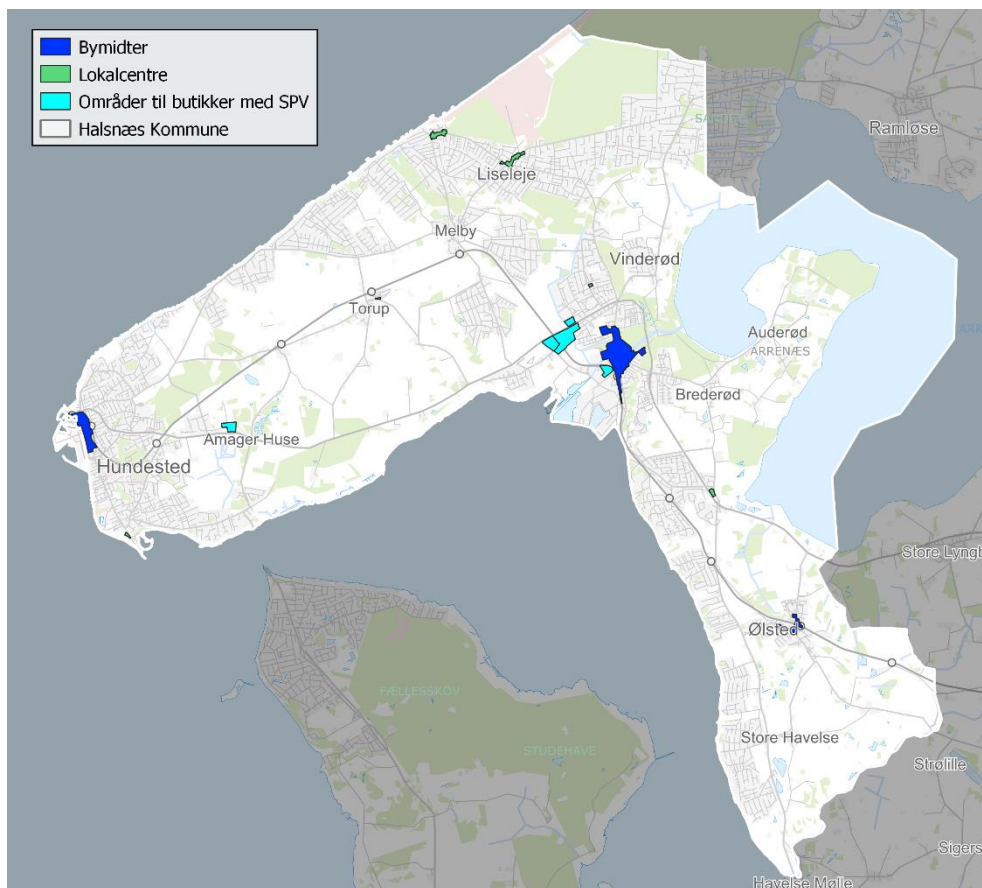
Figur 7-2 Udvikling i areal i m² i 2008-2023 i analyseområder i Halsnæs Kommune.

7.1 Centerstruktur

Centerstrukturen i Halsnæs Kommune består af 3 bymidter i Frederiksværk, Hundested og Ølsted, 6 lokalcentre samt 5 områder til butikker med SPV, hvoraf 4 ligger i Frederiksværk.

Ifølge Kommuneplan 2021 for Halsnæs Kommune er den samlede arealramme til detailhandel på 102.350 m². Der er registreret i alt ca. 60.000 m² aktiv detailhandel i Halsnæs Kommune. Detailhandlen, der ligger indenfor centerområderne, har et samlet areal på ca. 47.500 m².

Restrukeligheden til nybyggeri og omdannelse til butikksformål i centerområderne i Halsnæs Kommune er ca. 55.700 m². Der er samlet set udlagt en udbygningsramme, som i væsentlig grad overstiger behovet for yderligere areal indenfor en 12-årig planperiode. På den baggrund kan det overvejes at nedjustere arealrammer for centerområder med stor restrukelighed.



Figur 7-3 Centerstruktur i Halsnæs Kommune.

METODE

Arealrammen for det enkelte centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i centerområdet. Den aktuelle restrummelighed i hvert centerområde er beregnet ved at fratrække arealet af aktive butikker indenfor centerområdet fra arealrammen.

Ved planlægning for detailhandel skal der også tages højde for gældende arealudlæg i planlægningen, f.eks. i lokalplaner, samt lokaler, hvor der indenfor tre år har været detailhandel, og hvor der ikke er sket kontinuitetsbrud, dvs. skift i anvendelsen.

Ved opgørelse af bruttoetagearealer af dagligvarebutikker i bymidter, bydelscentre og aflastningsområder kan personalefaciliteter fraregnes jf. planlovens § 5 q.

AREALREGNSKAB FOR CENTERSTRUKTUR I 2023, M²						
Type	Navn	Plannr.	Arealramme i KP 21	Aktivt areal	Restrum- melighed	Forslag til ny arealramme
Bymidter	Frederiksværk	1	27.000	14.540	12.460	18.500
	Hundested	14	12.000	8.485	3.515	-
	Ølsted	2	5.000	3.315	1.685	-
Lokalcentre	Enghaven	6	1.800	1.495	305	-
	Asserbo	5	1.750	880	870	-
	Liseleje	4	1.500	1.015	485	-
	Lynæs	3	1.000	235	765	-
	Torup	detail_13	1.000	960	40	1.200
	Kregme	13	500	1.340	0	1.500
Områder til butikker med SPV	Fuglebækcentret (Frederiksværk)	10	13.800	475	13.325	-
	K. A. Lassensgade (Frederiksværk)	11	13.000	6.655	6.345	-
	Industrivej (Frederiksværk)	8	9.000	6.075	2.925	-
	Bogbinderivej (Ullerup)	7	8.000	1.410	6.590	-
	Hanehovedvej (Frederiksværk)	9	7.000	650	6.350	-
Arealerne er summerede og derefter afrundede. Arealet af personalefaciliteter i dagligvarebutikker i bymidter er ikke opgjort og ikke fradraget det aktive areal. Restrummeligheden kan derfor være større.						

8 Omsætning

Detailhandlen i Halsnæs Kommune omsatte for knap 1,6 mia. kr. i 2022 ekskl. bilforhandlere. Dagligvareomsætningen var godt 1,1 mia. kr. mens udvalgswareomsætningen var ca. 415 mio. kr.

Detailhandlen ekskl. forhandlere af motorkøretøjer omsatte for ca. 1.550 mio. kr. i 2022. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 1.130 mio. kr. eller ca. 73 %, og udvalgswareomsætningen udgjorde ca. 415 mio. kr. eller ca. 27 %. Udvalgswareomsætningen var fordelt med ca. 60 mio. kr. på beklædning, ca. 175 mio. kr. på boligudstyr og ca. 70 mio. kr. på øvrige udvalgsvarer og 110 mio. kr. fra butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.

Område Frederiksværk er med en omsætning på ca. 755 mio. kr. pr. år, eller ca. 50 % af omsætningen i Halsnæs Kommune, hovedhandelsbyen i kommunen. En stor del af omsætningen i Frederiksværk findes i bymidten, som er det største udbudspunkt i kommunen målt på omsætning. Her ligger flere store dagligvarebutikker i form af Kvikly, Netto og Coop 365discount. I Frederiksværk område i øvrigt findes trælasterne Bygma og Silvan, byggemarkedet jem & fix samt flere store udvalgswarebutikker inden for boksbutiksegmentet som f.eks. Harald Nyborg, JYSK og thansen.

Omsætningen i område Hundested var ca. 390 mio. kr., som fordelte sig på ca. 335 mio. kr. inden for dagligvarer, og 50 mio. kr. fra udvalgsvarer. Der er 3 discountbutikker og et supermarked i Hundested bymidte, mens der er to discountbutikker og et varehus i Frederiksværk bymidte. Udbuddet i Hundested bymidte er således nogenlunde på niveau med udbuddet i Frederiksværk bymidte, selvom der bor ca. 4.000 færre indbyggere i Hundested. Det skyldes især det store antal sommerhuse i området, som øger grundlaget for detailhandel. Omsætningen i område Hundested er 150 % større end de lokale fastboende borgeres forbrugsgrundlag i område Hundested, hvilket illustrerer turismens store betydning for området.

METODE

For hver butik er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for regnskabsåret 2022.

Oplysninger om omsætning er indsamlet direkte fra de butiksdrevende. Hvis den butiksdrevende ikke har ønsket at oplyse omsætningen, er den vurderet af COWI.

For butikker, der har aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandel, er den del af omsætningen fratrullet. F.eks. vil omsætning fra brændstoffsalg hos tankstationer med kiosker, receptpligtig medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne.

Omsætningen i butikker med særlig pladskrævende varer (SVP) på nær forhandlere af motorkøretøjer og byggemarkeders salg til virksomheder indgår i udvalgswareomsætningen.

Nye butikker, som ikke havde omsætning i 2022, indgår alene med deres areal. Mindre butikker, der er lukket, indgår ikke.

Tabel 8-1

Omsætningen i Halsnæs Kommune i 2022 i mio. kr. inkl. moms af rundet til nærmeste 5 mio. kr. fordelt på områder og hovedbrancher.
*Angiver at omsætningen af anonymitetshensyn ikke kan oplyses.
**Omfatter omsætning af boligudstyr, øvrige udvalgsvarer samt særligt pladskrævende varegrupper.

Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	BU, ØUV & SPV**	I alt	Andel
Frederiksværk bymidte	255	150	*	*	405	26 %
Område Frederiksværk i øvrigt	140	210	*	*	350	23 %
Område Frederiksværk i alt	395	360	55	305	755	49 %
Område Hundested i alt	335	50	10	40	390	25 %
Halsnæs Kommune i øvrigt	405	5	<5	5	405	26 %
Halsnæs Kommune i alt	1.130	415	60	350	1.550	100 %

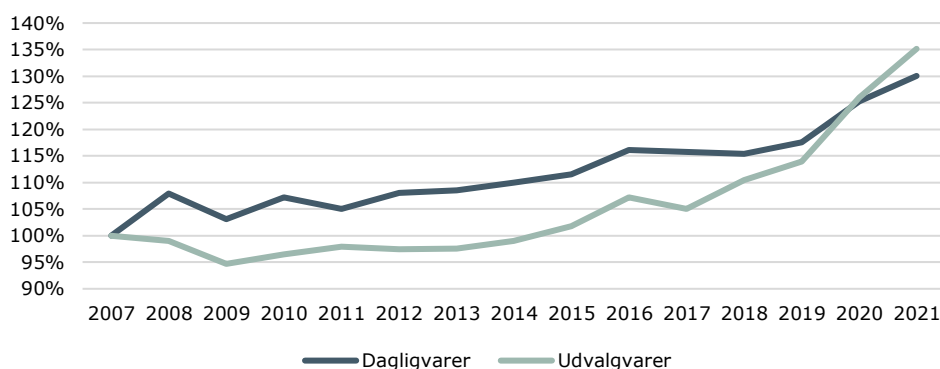
Hvis omsætningen sammenlignes med forrige analyse fra 2008, er omsætningen steget med 220 mio. kr. eller ca. 17 % fra ca. 1.330 mio. kr. i 2007 til 1.550 mio. kr. i 2022. Dagligvareomsætningen er steget med ca. 250 mio. kr. eller 28 % mens udvalgswareomsætningen er faldet med ca. 30 mio. kr. eller 7 %. I samme periode er antallet af borgere i Halsnæs Kommune steget med ca. 550 borgere eller ca. 2 %.

Tabel 8-2 Udvikling i omsætning fra 2008 til 2022 i Halsnæs Kommune. **Omfatter omsætning af boligudstyr, øvrige udvalgsvarer samt særligt pladskrævende varegrupper.

Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	BU, ØUV & SPV**	I alt
Halsnæs Kommune i alt	250	-30	-50	15	220

En del af udviklingen i omsætningen skyldes den generelle prisudvikling. Udviklingen kan også aflæses i værdiindekset, der viser en stigning i omsætningen på landsplan målt i løbende priser inden for dagligvarer med ca. 30 % i perioden 2008-2021, mens omsætningen inden for udvalgsvarer er steget med ca. 37 %.

Det vurderes at stigningen i e-handel udgør en væsentlig del af den generelle omsætningsstigning inden for især udvalgsvarer. Omvendt vurderes udvalgsvarereomsætningen i de fysiske butikker ikke at være steget væsentligt i den pågældende periode.



Figur 8-1 Detailomsætningsindekset i løbende priser for dagligvarer og udvalgsvarer i 2007-2021 (Danmarks Statistisk).



Figur 8-2 Gjethuset i Frederiksværk

9 Turismens betydning for handelslivet

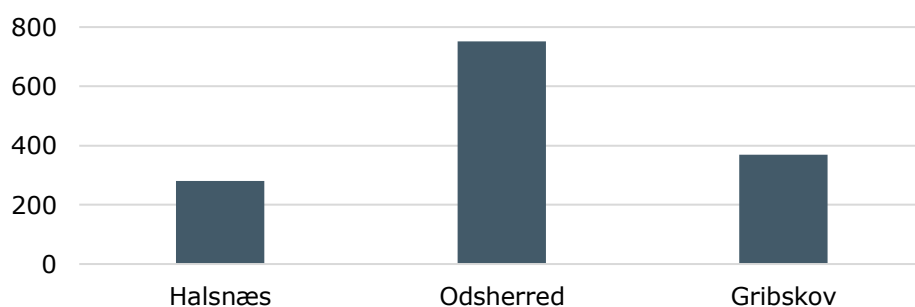
Handelslivet i Halsnæs Kommune har stor fordel af den omfattende turisme. Turisternes forbrug i detailhandlen i Halsnæs Kommune var i størrelsesordenen 360 mio. kr. i 2020. Det svarer til, at ca. 23 % af den samlede omsætning i detailhandlen kommer fra sommerhusgæster, endagsbesøgende og andre turister. Turisternes forbrug i de kundeorienterede serviceerhverv var i 2020 i størrelsesordenen 270 mio. kr.

Byernes handelsmiljø er en vigtig del af oplevelsen ved at være turist i Halsnæs Kommune, samtidig med at detailhandlen, spisestederne og kulturtilbuddene sandsynligvis er den vigtigste kilde til at gøre turismen til lokal indtjening og lokale arbejdspladser. Turismen betyder også, at de lokale borgere har adgang til et større udbud af forretninger end ellers.

9.1 Turisters forbrug i detailhandlen

Shopping er for mange en ferieaktivitet, og de uafhængige butikker tilbyder en unik shopping-oplevelse. Derfor besøger mange turister på ferien spændende og hyggelige butikker, som ikke findes hjemme, og generelt besøger turister oftere uafhængige butikker på ferien end i dagligdagen, hvor kædebutikker i større grad tilvælges.

Samtidig lægger turisterne dog også mange penge i kædebutikkerne, og målt i kr. og ører lægger turisterne flest penge i de store dagligvarebutikker. Sommerhusejerne bruger sandsynligvis også en del penge i f.eks. byggemarkeder, når der købes ind til vedligeholdelse af sommerhuset.



Figur 9-1 Sommerhuse pr. 1000 indbyggere. Halsnæs har en høj andel af sommerhuse i forhold til antal indbyggere, men ligger lavere end f.eks. Odsherred og Gribskov kommuner.

DEFINITION

Kommercielle overnatningsformer: Hoteller, camping, vandrerhjem, feriecentre, lystbådehavne, festival, bondegårdsferie, krydstogt, lejet feriehus og lejet helårsbolig.

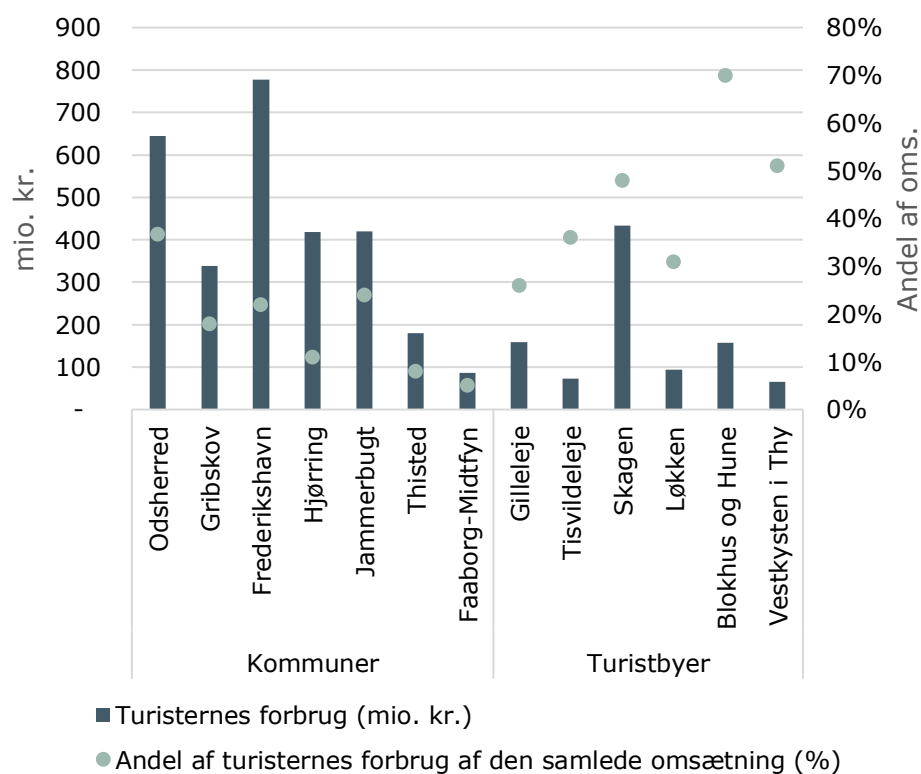
Ikke-kommerciel overnatning omfatter turister, der benytter eget feriehus, overnatter privat hos familie og venner samt endagsgæster.

Turisternes forbrug i detailhandlen i Region Nordsjælland udgjorde ifølge Visit-Denmark ca. 3,7 mia. kr. i 2020 fordelt på ca. 1,3 mia. kr. fra kommercielt overnattende turister og 2,4 mia. kr. fra ikke-kommercielt overnattende turister. Ud af turisternes samlede forbrug blev omkring 900 mio. kr. lagt i den kommercielle overnatningssektor, mens godt 1,5 mia. kr. eller ca. 40 % blev lagt i detailhandlen i 2020.

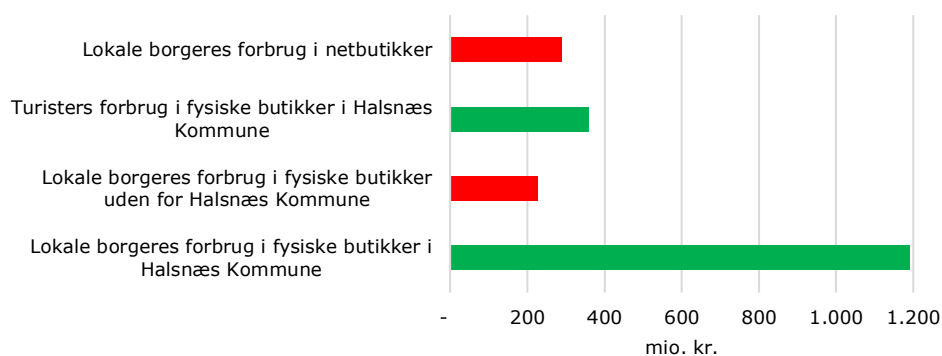
Turisternes forbrug i Halsnæs Kommune udgjorde knap 900 mio. kr. fordelt på knap 300 mio. kr. fra kommercielt overnattende turister og ca. 600 mio. kr. fra ikke-kommercielt overnattende turister i 2020. Forudsættes samme fordeling for Halsnæs Kommune som i regionen, dvs. at turisterne lægger 40 % af forbruget i detailhandlen, så var der i 2020 en turisme afledt omsætning i butikkerne i Halsnæs Kommune på i størrelsesordenen 360 mio. kr.

Hvis den vurderede turismeomsætning sammenholdes med den samlede omsætning for detailhandlen i 2022, står turismen således for ca. 23 % af detailomsætningen i Halsnæs Kommune.

Turisternes forbrug i detailhandlen i Halsnæs Kommune er sammenlignet med turisternes forbrug i andre kommuner og kystbyer med megen turisme, og hvor data er tilgængeligt. De undersøgte kommuner og byer er forskellige. I de nordsjyske kommuner er der f.eks. en høj andel af købestærke nordmænd og mange tyskere. I Halsnæs står danskere derimod for ca. 86 % af overnatningerne, mens de resterende 17 % udgøres af i høj grad tyske og skandinaviske besøgende.



Figur 9-2 Turismens betydning for detailhandlen i kommuner med megen turisme (Data fra COWIs detailhandelsanalyser).



Figur 9-3 Forbrugsstrømme fra lokale og turister i Halsnæs Kommune. Tallene er udtryk for niveauer og er ikke eksakte.

Det vurderes på baggrund af bl.a. andelen af omsætning genereret fra turisme, at lokalkøbsandelen for borgere bosiddende i Halsnæs ligger på ca. 70 % inden for detailhandel i alt. Det svarer til, at lokale borgere i Halsnæs Kommune lægger i størrelsesordenen 520 mio. kr. pr. år i uden for kommunen, herunder i netbutikker, i stedet for i Halsnæs Kommune.

9.2 Turisters forbrug i kundeorienterede serviceerhverv

Serviceerhvervene komplimenterer butikkerne og gode til at tiltrække turister til byer, da det er her turisterne ofte gør ophold i bymidterne. Flotte og spændende serviceerhverv er derfor en vigtig faktor for at holde en bymidte spændende samt tiltrække kunder.

Turisternes forbrug på turismeprodukter udgjorde ca. 1,2 mia. kr. eller ca. 30 % af turisternes samlede forbrug i Region Nordsjælland i 2020. Forbrug i restauranter udgjorde omkring 500 mio. kr. eller 13 % af turisternes samlede forbrug i regionen.

Forudsættes det, at Halsnæs Kommune falder inden for forbrugsnormen i regionen, svarer det til et forbrug fra turister på turismeprodukter på i størrelsesordenen 270 mio. kr. i 2020, hvoraf forbrug i restauranter udgjorde i størrelsesordenen 120 mio. kr.

9.3 Turismens betydning for beskæftigelsen

Turisternes forbrug udgør en stor del af omsætningen i handelslivet, og omfanget af turismen har direkte betydning for antallet af ansatte. Særligt i turistsæsonen er der et stort behov for arbejdskraft. Data fra VisitNordsjælland viser, at de fleste stillinger findes inden for restaurationserhvervet efterfulgt af dagligvarerbranchen og dernæst de øvrige udvalgswarebutikker. Også inden for beklædning generer turismen en del stillinger, mens antallet af stillinger er begrænset inden for SPV og personlig pleje. Herudover gælder, at turismen skaber et eksistensgrundlag for en del forretninger, der også besøges af lokale, men som ikke ville være rentable uden turisternes forbrug.

10 Handelsbalance

Halsnæs Kommune havde i 2022 et handelsunderskud på ca. 160 mio. kr. Underskuddet skyldes nethandlen og konkurrencen med detailhandlen i især Frederikssund og Hillerød.

Halsnæs Kommune havde et underskud på handelsbalancen inkl. nethandel på ca. 160 mio. kr. eller ca. 10 % i 2022. Det samlede handelsunderskud dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 165 mio. kr. eller ca. 17 % samt et handelsunderskud på ca. 115 mio. kr. eller ca. 65 % for beklædning og ca. 210 mio. kr. eller ca. 37 % for øvrige udvalgsvarer og boligudstyr under ét. Tallene viser, at den omfattende turisme bidrager til et væsentligt handelsoverskud for dagligvarer, og at udvalgsvarerhandlen i Halsnæs Kommune er præget af konkurrence med nethandlen og de regionale handelsbyer i omkringliggende kommuner især inden for beklædning.

DEFINITION

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug og beregnes ved at dividere omsætningen med forbruget. Handelsbalancen er derfor ikke påvirket af prisstigninger og kan bruges til at vurdere detailhandlens styrke i et område set ift. omkringliggende konkurrenter. Når handelsbalancen måles med passende mellemrum, kan det vurderes om f.eks. en kommune har vundet eller tabt markedsandele til omverdenen.

Når handelsbalancen for en kommune er under 100 % betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således dækket ved køb i butikker udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder udenfor kommunen, dvs. besøgende og turister.

METODE

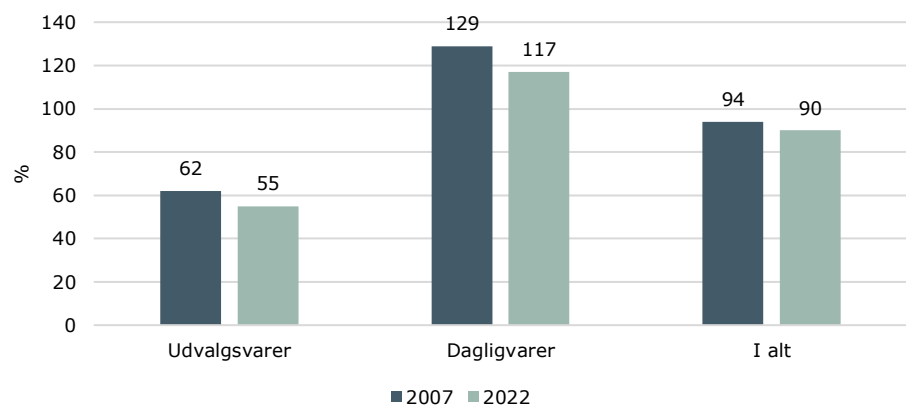
Handelsbalancerne er opgjort inkl. nethandel. Når handelsbalancen opgøres inkl. nethandlen, er det borgernes forbrug både i fysiske butikker, men også i netbutikker, som holdes op mod omsætningen i fysiske butikker, hvilket giver et helhedsbillede af forbruget ifm. indkøb i butikkerne i kommunen. At medtage nethandel i beregningerne giver det relevante input til den fysiske planlægning, da der efterhånden er mange detailhandlere, som ifm. med deres fysiske butik driver en netbutik ved siden af. Kunder som køber i netbutikken kan prøve varen i butikken inden køb, hente den købte vare i butikken, eller bytte den købte online vare i butikken. Nethandel og fysisk detail salg er derfor i stigende grad blevet sværere at adskille, og vurderes at ville flyde endnu mere sammen i fremtiden.

Forbruget er beregnet på baggrund af data om omsætning, forbrug og indkomst fra Danmarks Statistik.

Tabel 10-1 Handelsbalance inkl. nethandel i 2022 for analyseområderne i Halsnæs Kommune

HANDELSBALANCE INKL. NETHANDEL, 2022					
Område	Dagligvarer	Beklædning	BU, ØUV og SPV*	Udvalgsvarer	I alt
Område Frederiksværk	132 %	96 %	177 %	157 %	143 %
	+95 mio. kr.	-5 mio. kr.	+135 mio. kr.	+130 mio. kr.	+225 mio. kr.
Område Hundested	130 %	19 %	27 %	26 %	85 %
	+80 mio. kr.	-40 mio. kr.	-105 mio. kr.	-145 mio. kr.	-70 mio. kr.
Halsnæs Kommune i øvrigt	98 %	0 %	2 %	1 %	56 %
	-10 mio. kr.	-75 mio. kr.	-235 mio. kr.	-310 mio. kr.	-320 mio. kr.
Halsnæs Kommune i alt	117 %	35 %	63 %	55 %	90 %
	+165 mio. kr.	-115 mio. kr.	-210 mio. kr.	-325 mio. kr.	-160 mio. kr.
* Omfatter omsætning af boligudstyr, øvrige udvalgsvarer samt særligt pladskrævende varegrupper. Tallene er summerede og derefter afrundet.					

Handelsbalancen var ca. 129 % for dagligvarer, 62 % for udvalgsvarer og 94 % for detailhandel i alt 94 % i 2008. Handelsbalancen er samlet set faldet med 4 %-point i perioden 2008-2023, hvilket dækker over et fald på 12 %-point inden for dagligvarer og en tilbagegang på 7 %-point inden for udvalgsvarer.



Figur 10-1 Udvikling i handelsbalancen fra 2008-2023.

10.1 Handelsbalance for dagligvarer

I forhold til kommunens størrelse og beliggenhed er handelsbalancen på 117 % for dagligvarer høj, og viser, at dagligvareomsætningen i butikkerne i Halsnæs Kommune nogenlunde svarer til de lokale borgeres forbrug af dagligvarer plus en omsætningstilgang fra sommerhusejere, besøgende og andre turister. Til sammenligning var handelsbalancen for dagligvarer for Odsherred Kommune ca. 151 % i 2019.

10.2 Handelsbalance for udvalgsvarer

Handelsbalancen på 55 % viser, at udvalgsvarehandlen i Halsnæs Kommune er præget af konkurrence med nethandlen og de regionale handelsbyer i omkringliggende kommuner, og en større del af handlen går ud af kommunen. Til sammenligning var handelsbalancen for udvalgsvarer ca. 87 % for Odsherred Kommune i 2019.

De omkringliggende store byer byder på større bymidter, som f.eks. Frederikssund, Hillerød og Helsingør bymidter, større attraktive butikscentre som Silkeborg og Slotsarkaderne og betydelige aflastningsområder og storbutiksområder i især Hillerød. Det er især inden for beklædning, at Halsnæs kommune mister handelsandele, hvilket bl.a. skyldes det store udvalg af kædebutikker i Frederikssund og Hillerød. Inden for øvrige udvalgsvarer og boligudstyr holdes en større del af handlen hjemme i kommunen. Det skyldes bl.a. tilstedeværelsen af nogle af de mest kendte kædebutikker på Industrivej i Frederiksværk, og at sandsynligvis også at sommerhusejere bruger en del penge i f.eks. byggemarkeder i Halsnæs Kommune, når der købes ind til vedligeholdelse af sommerhuset.



Figur 10-2 Nørregade i Frederiksværk bymidte.

11 Regional konkurrencesituation

Halsnæs Kommune er omgivet af en række store handelsbyer i form af Hillerød, Frederikssund og Helsingør, hvor der findes et større udbud af kædebutikker- og butikscentre, som tiltrækker kunder fra Halsnæs Kommune. Et attraktivt udbud af forretninger er vigtigt for at tiltrække handel til kommunen.

11.1 Frederikssund

Frederikssund er et betydeligt udbudspunkt i Nordsjælland. Samlet set ligger der 84 butikker i bymidten og 34 butikker udenfor bymidten. Detailhandlen i Frederikssund har et samlet areal på knap 76.000 m², hvoraf dagligvarer stod for 18.800 m² og udvalgsvarer stod for 57.300 m². Detailhandlen i Frederikssund omsatte for ca. 1,3 mia. kr. i 2022. Heraf udgjorde dagligvarer ca. 700 mio. kr. og udvalgsvarer udgjorde ca. 550 mio. kr.

Den største koncentration af butikker udenfor bymidten er i området til butikker med SPV ved Askelundsvej. I området ligger der bl.a. boksbutikker og bygge-markeder som Jem & Fix, STARK, JYSK og Silvan. Herudover ligger en koncentration af bilforhandlere ved Pedersholmparken.

I Frederikssund bymidte ligger butikscentret Sillebroen, der er et af Nordsjællands største butikscentre. I Sillebroen ligger 7 dagligvarebutikker, 28 udvalgs-varebutikker og 11 kundeorienterede serviceerhverv. I centeret ligger butikker som Kvikly, Normal, H&M, Matas, Flying Tiger Copenhagen, Bog & idé m.fl. Butikkerne i butikscentret havde et samlet areal på ca. 14.000 m² i 2022.

I Frederikssund bymidte findes foruden butikker en lang række kundeorienterede serviceerhverv. Der var i alt 121 kundeorienterede serviceerhverv i bymidten i 2022, hvoraf personlig pleje udgjorde 44 og restauration udgjorde 28.

Det vurderes, at Frederikssund i kraft af Sillebroen og området til butikker med SPV ved Askelundsvej har en stor betydning for forbrugerne i Halsnæs Kommune.

11.2 Hillerød

Hillerød er det betydeligste udbudspunkt i Nordsjælland, med butikker i fx. Slotsarkaderne. Samlet set ligger der 110 udvalgswarebutikker og 40 dagligvarebutikker i Hillerød bymidte. Detailhandlen i bymidten har i alt et areal på 68.000 m² i 2023, heraf var ca. 44.800 m² udvalgswarebutiksareal og ca. 23.100 m² var dagligvarebutiksareal. Den samlede omsætning var ca. 2 mia. kr. i 2022.

Hillerød bymidte er hyggelig og har foruden butikker en lang række kundeorienterede serviceerhverv. Der var i alt 172 kundeorienterede serviceerhverv i bymidten i 2023, hvoraf 54 var restauranter og 71 var frisører, saloner o. lign. inden for skønhed og personlig pleje.

Udover bymidten er aflastningsområdet og området med butikker med SPV i Hillerød også et udbudspunkt med betydning for forbrugere i Halsnæs Kommune.

Eksempler på kædebutikker er: Bauhaus, Billig Blomst, Plantorama, STARK, Harald Nyborg, Ilva samt en koncentration af køkkenbutikker som HTH, Kvik, Vordingborg, Invita, Svane. I de to områder ligger i alt 49 udvalgswarebutikker, som omsatte for godt 900 mio. kr. i 2022.

Det vurderes, at Hillerød i kraft af størrelsen på byens udbud og Slotsarkaderne har en stor betydning for forbrugerne i Halsnæs Kommune.

11.3 Helsingør

Både Helsingør bymidte og storbutiksområdet ved Skovgårdsvej har en vis betydning for forbrugerne i den nordøstlige del af Halsnæs Kommune. Der var 49 butikker i bymidten i 2020, hvoraf 35 var udvalgswarebutikker. Derudover var der 39 butikker i den øvrige del af Helsingør, hvoraf 17 var udvalgswarebutikker. Detailhandlen i Helsingør havde i 2020 et samlet areal på ca. 48.000 m², hvoraf 36.550 m² var udvalgswarebutikksareal. Den samlede omsætning i detailhandlen i Helsingør var 885 mio. kr., hvoraf 360 mio. kr. var udvalgswareomsætning.

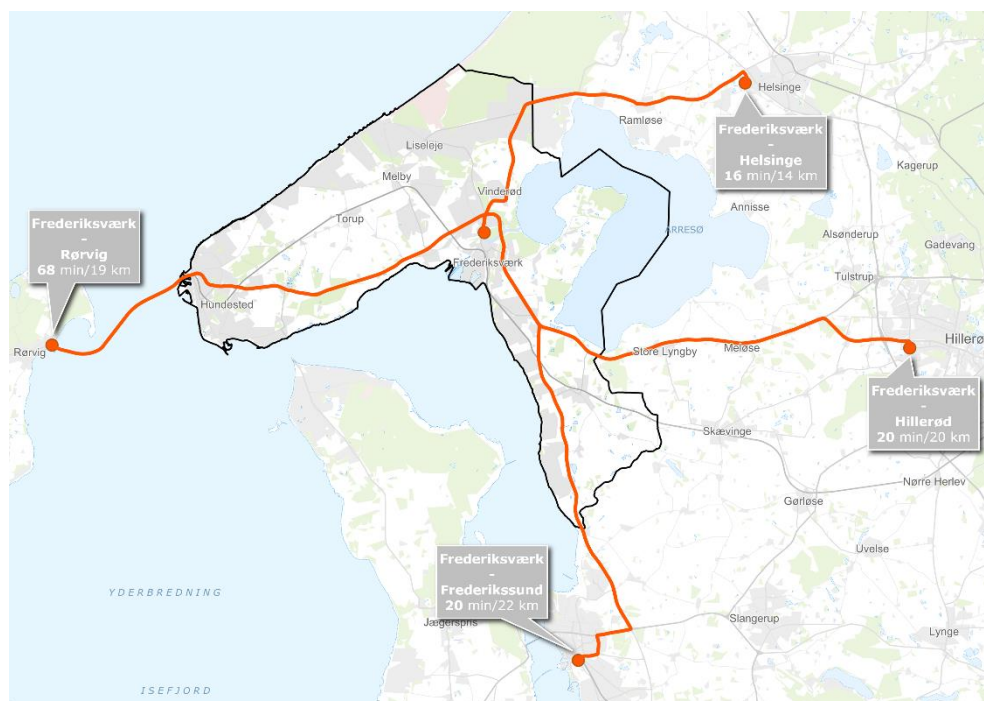
I området til butikker med SPV ved Skovgårdsvej ligger butikkerne JYSK, thansen, jem & fix, Harald Nyborg m.fl. I bymidten er der en række dagligvarebutikker samt butikker som Bog & idé, Vero Moda, Imerco, Sportigan og Matas.

I Helsingør bymidte var der 42 kundeorienterede serviceerhverv i 2020, hvoraf 17 var indenfor restauration og 16 var indenfor personlig pleje. De kundeorienterede serviceerhverv havde indenfor restauration og personlig pleje et samlet areal på 3.750 m² og omsatte i 2019 for ca. 60 mio. kr.

Endeligt vurderes det, at byer som Gilleleje og Tisvildeleje i et vist omfang er i konkurrence med Liseleje og Hundested, som destinationer for især endagsbesøgende fra Storkøbenhavn.

11.4 Rørvig

Rørvig har grundet færgeforbindelsen fra Hundested en lille betydning for forbrugerne i den nordvestlige del af Halsnæs Kommune. Rørvig er ikke en konkurrerende handelsby, men fungerer sandsynligvis som udflugtsmål for nogle turister, der også tager turen modsatte vej fra Odsherred Kommune. Der var 12 butikker i Rørvig i 2021, hvoraf 7 var udvalgswarebutikker. Arealet af udvalgswarebutikkerne var i 2021 ca. 1.500 m² og omsætningen var under 10 mio. kr.



Figur 11-1 Køretider og afstande ad vejnettet fra Frederiksværk til de regionale konkurrerende udbudspunkter nær Halsnæs Kommune.

12 Forbrug og arealbehov

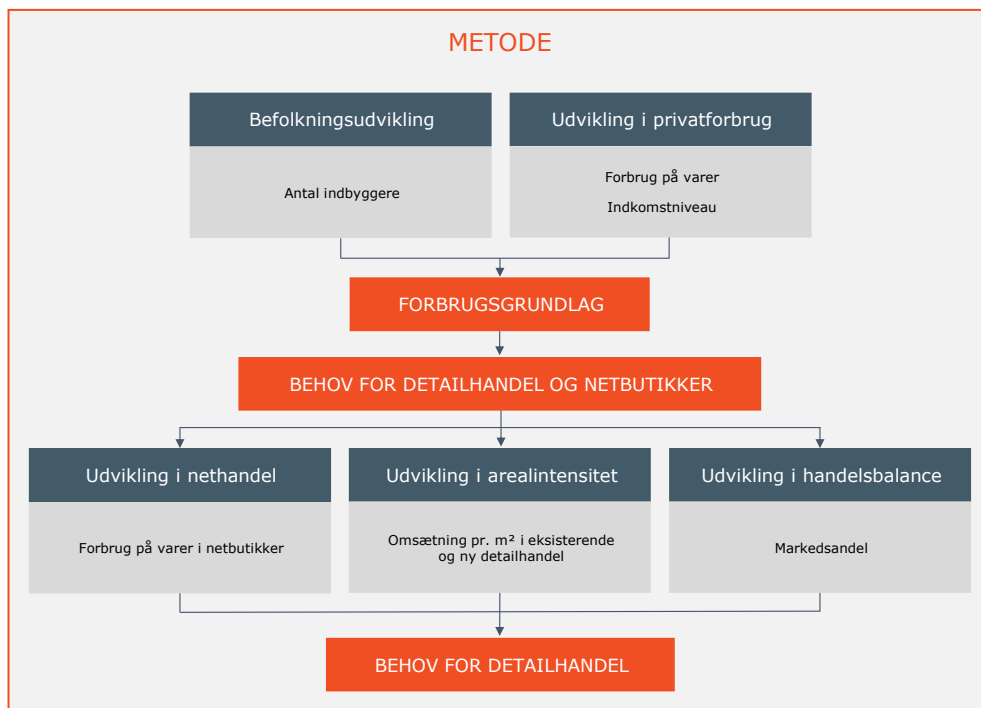
Afhængigt af udviklingen i privatforbruget og væksten i nethandlen kan der forventes alt mellem et behov for yderligere areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et detailhandelsareal, der er mindre end det nuværende.

De seneste 10 år har budt på økonomisk afmatning og efterfølgende vækst, stigende nethandel, og stigende urbanisering mod de større byer. Krisen i handelslivet affødt af coronavirus har medført pludselige og meget markante udsving i forbruget og drastisk ændrede indkøbsmønstre indenfor visse varegrupper og serviceydelser. Krisen som følge af pandemien var i overvejende grad midlertidig, og situationen normaliserede sig, men på et nyt normalniveau. Efterfølgende har de stigende byggepriser, den generelt stigende inflation, de stigende renter og krigen i Ukraine har medført, at mange butiksbyggeprojekter er sat på pause, at forbrugertilliden er dalet, og at virksomheder forventer fald i salg og beskæftigelse.

Udviklingen på længere sigt indenfor de kommercielle byerhverv er usikker, og udviklingen i en række rammebetingelser vil påvirke detailhandlen i Halsnæs Kommune:

- > Kommunens, handelslivets og borgernes engagement
- > Indbyggertallet og befolkningssammensætningen
- > Privatforbruget
- > Nethandlen
- > Konkurrencen med andre kommuner
- > Turisters og besøgendes forbrug
- > Butikkernes omsætning pr. m²

Udviklingen i forbrugsgrundlaget har betydning for detailhandlen. Særligt udviklingen i indbyggertallet og privatforbruget har betydning for forbrugsgrundlaget, mens særligt nethandlen, konkurrencen og omsætningen pr. m² er med til at definere, hvordan udviklingen i forbrugsgrundlaget påvirker arealbehovet.



Der er opstillet to scenarier for udviklingen frem mod 2034, svarende til en 12-årig planperiode; et maksimumsscenario, der beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Halsnæs Kommune, og et minimumsscenario, der udtrykker den omvendte situation. Indenfor hver af de oplyste parametre kan tænkes en negativ og en positiv udvikling, hvilket beskrives i det følgende.

12.1 Aktiv udvikling af handelslivet

En aktiv udvikling af handelslivet har stor betydning. Det gælder både mht. lokalisering af dagligvarebutikker, et attraktivt bymiljø, fortætning af bymidterne med f.eks. offentlige funktioner og boliger, en indsats for at styrke butiksudbudet ved aktiv kontakt til kæder mv.

Flere af tiltagene kan med fordel gennemføres i tæt samarbejde mellem kommune, handelsliv og grundejere. Et eksempel er økonomisk forpligtigende samarbejder inspireret af business improvement district-modellen (BID).

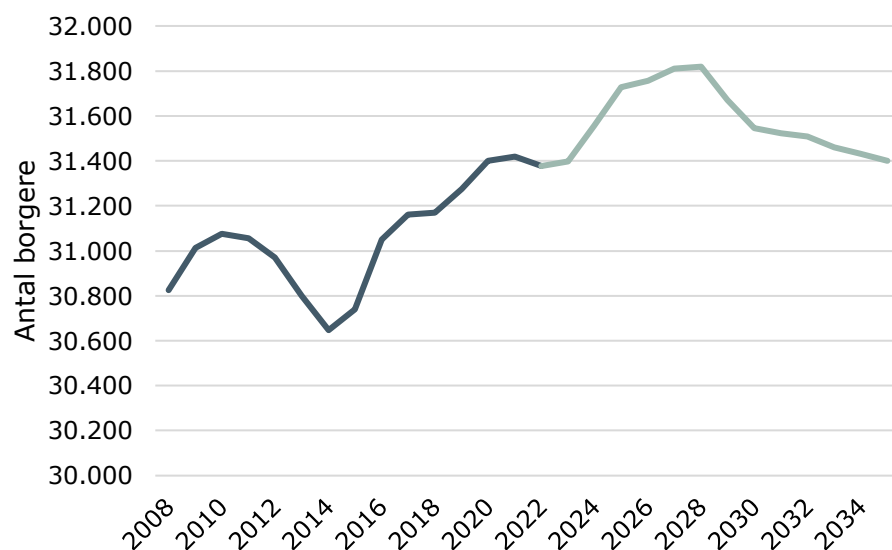
BID står for business improvement district. Det er en model, der kendes fra byer som Dublin og Hamborg, hvor den 'danske model', hvor det offentlige bærer hele ansvaret og omkostningen til at udvikle og drifte byens rum, bliver gen tænkt: I et BID betaler ejere og/eller lejere i et defineret område et kontingent, der skal gå til både udvikling og vedligeholdelse af deres område, lige som de kan bidrage med frivillig arbejdskraft. Dermed får den enkelte et større ansvar – men også medejerskab – for sit område.

Et BID er i udgangspunktet ikke et bredt samarbejde på tværs af mange aktørtyper som i f.eks. et byforum, og har andre styrker. Et BID er typisk for enten forretningsdrivende eller ejendomsejere og med kommunen som myndighed og (samarbejds)partner. Kernen i et BID er det obligatoriske kontingent og tvungne

medlemskab, hvilket der ikke er hjemmel til i Danmark. Modellen kan imidlertid være inspiration til et tættere og mere forpligtende økonomisk samarbejde og med øget inddragelse af ejendomsbesiddere.

12.2 Stigende indbyggertal

I perioden 2008-2022 steg indbyggertallet i Halsnæs Kommune med ca. 550 borgere eller knap 2 % fra ca. 30.825 til ca. 31.375 borgere. I perioden 2022-2033 forventes jf. seneste befolkningsprognose fra 2022 en lille stigning på godt 80 borgere eller ca. 0,26 % fra ca. 31.380 borgere til ca. 31.460 borgere. Stigningen dækker over en stigning i perioden 2023-2028 og et fald i perioden 2028-2033.



Figur 12-1 Historisk (blå) og forventet (grå) befolkningsudvikling i Halsnæs Kommune.

I både minimums- og maksimumssceneriet tages udgangspunkt i en befolkningsudvikling jf. befolkningsprognosen, men fremskrevet til 2035. Fremskrivningen for årene 2034-2035 er baseret på udviklingen i prognoseårene 2030-2033. Således er der forudsat et fald på knap 60 borgere eller knap 0,2 % i perioden 2033-2035 og et indbyggertal på ca. 31.400 borgere i 2035.

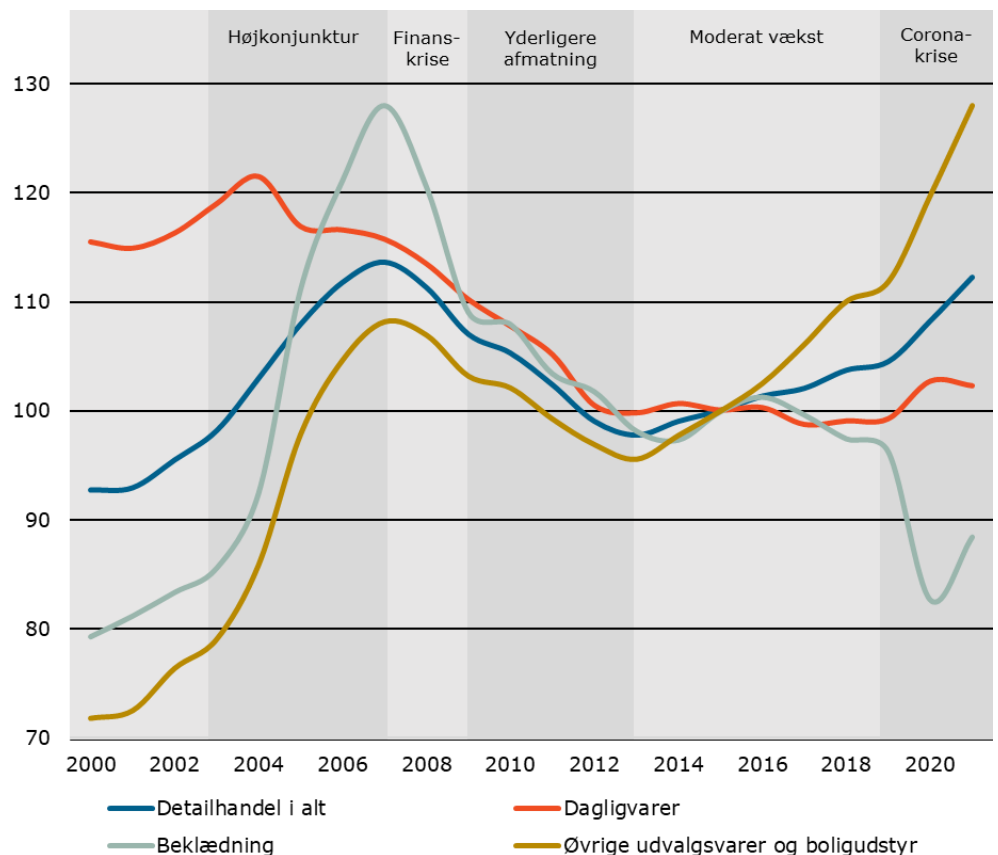
12.3 Udvikling i privatforbrug

Efter 2008, hvor forbruget toppede, var forbrugerne tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

- > Samlet set faldt omsætningen på landsplan med ca. 8 % fra 2007 til ultimo 2019. Omsætningen lå i 2019 lidt under niveauet i 2005¹.

¹ Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i de sammenlignende år.

- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne faldt i perioden 2007-2019 med ca. 14 %. Discountbutikkerne under ét havde markant fremgang under lavkonjunktureren. Siden 2012 og frem til 2020 lå omsætningen i dagligvarebutikkerne på et nogenlunde konstant niveau.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche, og tilbagegangen i perioden 2007-2019 var størst indenfor beklædning, hvor omsætningen faldt med knap 25 % på landsplan.
- > Omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer steg med ca. 3 % i perioden 2007-2019. Øvrige udvalgsvarer lå efter en stor stigning i perioden 2013-2019 over niveauet i 2007, hvor forbruget var på sit hidtil højeste.



Figur 12-2 Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i årsgennemsnittet i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret prisudvikling og sæsonudsving. 2015 er indeks 100.

Udviklingen i detailomsætningsindekset viser, at omsætningen af udvalgsvarer som f.eks. elektronik, biludstyr, møbler, køkkener og fritidsudstyr i landets fysiske butikker og danske netbutikker aldrig har været højere. Den samlede omsætning af øvrige udvalgsvarer nåede i 2019, efter næsten uafbrudt vækst siden 2013, et niveau væsentligt højere end før finanskrisen. Sammenlignet med 2013, hvor omsætningen nåede et lavpunkt, er der tale om en stigning på 21 %.

Den markante vækst i omsætningen af øvrige udvalgsvarer er sket i en periode, hvor omsætningen indenfor dagligvarer, med en vækst på ca. 1 %, har været stort set uændret. Samtidig er omsætningen indenfor beklædning faldet med ca.

13 %. Det er dermed alene omsætningen indenfor øvrige udvalgsvarer, der har båret væksten på ca. 8 % i omsætningen i perioden 2013-2019. I samme periode er antallet af indbyggere i Danmark steget med kun knap 4 %, og væksten i kundegrundlaget forklarer derfor kun en del af stigningen i omsætningen.

Coronakrisen har i væsentlig grad påvirket omsætningen i detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv, men udviklingen har været forskellig indenfor brancherne.

Mest markant har udviklingen været indenfor beklædning, som faldt drastisk til indeks 40. Dagligvareomsætningen er steget under krisen og forbruget på øvrige udvalgsvarer og boligudstyr er steget, og har nået et rekordhøjt niveau, da mange borgere har udnyttet den megen tid hjemme til gør-det-selv projekter, og at byggemarkeder og plantecentre i vid udstrækning ikke har været nedlukket.

Sidenhen har den generelt stigende inflation, de stigende renter, udfordringer med forsyningskæder og krigen i Ukraine imidlertid medført, at forbrugertilliden er dalet, at virksomheder forventer fald i salg og beskæftigelse, og at mange bytiksbyggeprojekter er sat i bero. Samlet set ligger detailomsætningsindekset på omtrent samme niveau som i 2019.

Privatforbruget udvikler sig baseret på faktorer som eksempelvis lønudvikling, formue og forbrugeradfærd. I minimumsscenariet er det forudsat, at privatforbruget er stort set uændret, mens det i maksimumsscenariet er forudsat, at privatforbruget vil vokse relativt afdæmpet.

12.4 Stigende nethandel

Nethandlen har allerede erobret betydelige andele af vores forbrug. Det vurderes, at nethandlen i Halsnæs Kommune i dag står for 3-4 % af dagligvarehandlen og 22-25 % af handlen med beklædning og øvrige udvalgsvarer. Andelen har været voksende i mange år, og væksten vil med sikkerhed fortsætte, men tal for danskernes nethandel viser, at hastigheden hvormed nethandlen vokser, har været aftagende i de senere år, og at vi – når der ses bort fra udviklingen under corona – har været på vej fra tocifrede til etcifrede vækstrater.

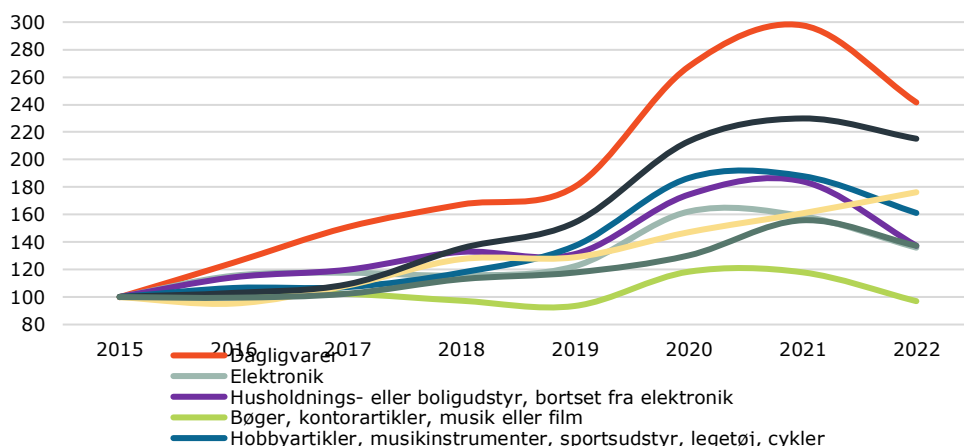
Indtil videre købes dagligvarer kun i begrænset omfang på nettet. Dagligvarer købes typisk nær bopælen, herunder på vej til eller fra arbejde og i butikker med god trafikal beliggenhed. Der er endnu ikke sket et egentlig gennembrud indenfor nethandlen med dagligvarer, f.eks. som måltidskasser. Der er sket en kraftig vækst i nethandlen med dagligvarer, senest som følge af coronakrisen, men fra et meget lavt udgangspunkt. Nethandel med dagligvarer er mest udbredt i Hovedstadsområdet og i de større byer.

Coronakrisen har haft stor betydning for nethandlen, som steg markant. Nethandlen steg dels som følge af nedlukningen af dele af detailhandlen og dels som en umiddelbar reaktion fra store dele af forbrugerne. Omsætningsindekset viser imidlertid, at de markante stigninger under nedlukninger blev efterfulgt af omtrent næsten lige så store fald.

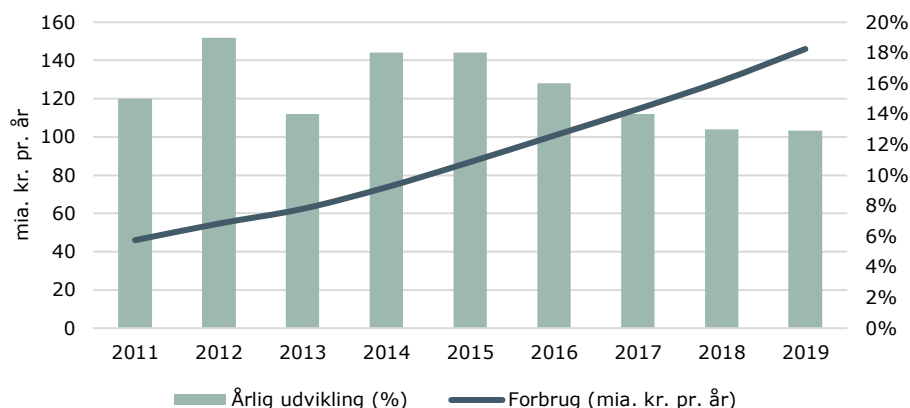
Samlet set viser tallene, se figur 12-3, at mens mange forbrugere og forretningsdrivende har gjort sig flere erfaringer med nethandel, så har den stærkt øgede nethandel været midlertidig indenfor de fleste brancher. Set i et større perspektiv vurderes det, at coronakrisen har medført, at nethandelsandelene har lagt sig på niveauer lidt højere end før coronakrisen, men lavere end under coronakrisen. Det vurderes, at coronakrisen ikke har medført et egentligt gennembrud for nethandlen med dagligvarer, men at mange forbrugere har gjort sig erfaringer med nethandel med dagligvarer.

Udviklingen på længere sigt vil i høj grad afhænge af den teknologiske udvikling og danskernes forbrugssvaner såvel som konjunkturterne. Både inden for dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer forventes en væsentlig vækst i nethandlen. Væksten i nethandlen vil skabe mulighed for nye forretningsmodeller og virksomheder med både fysiske butikker, showrooms og netbutikker, og væksten i nethandlen vil reducere behovet for detailhandel, som vi kender den.

Omkostningerne forbundet med levering har senest medført, at Coop har lukket Coop.dk MAD, og at Salling Group har lukket nethandel med dagligvarer i føtex. Nethandlen med dagligvarer forventes at stige væsentligt inden for en 12-årig periode, men de seneste udmeldinger fra bl.a. Coop og Salling Group indikerer, at væksten ikke blive lige så stor som tidligere antaget, og at der fortsat vil være behov for en god lokal dagligvareforsyning. De lokale fysiske dagligvarebutikker vil integrere både nethandel og andre services for fortsat at være relevante for forbrugerne, og butikkerne vil fortsat have brug for både et stort areal til at give kunderne den rigtige oplevelse og for at have tilstrækkelig lokal lagerkapacitet. Hvis forbrugsvæksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butiksformål, da lagerfunktion og håndtering af varer og affald vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder. Er butikernes nethandelsomsætning derimod et supplement til omsætningen i den fysiske butik, f.eks. i form af click and collect-ordninger, som det ses i dele af dagligvarebranchen og i store dele af udvalgsvarerhandlen, eller fordi en netbutik åbner en fysisk butik, kan det medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker og i nogle tilfælde medvirke til at øge behovet for butiksareal – f.eks. til ekstra lager og plads til områder til pakning og afhentning af dagligvarer.



Figur 12-3 Indekseret udvikling i omsætningen i nethandlen med varer. Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.



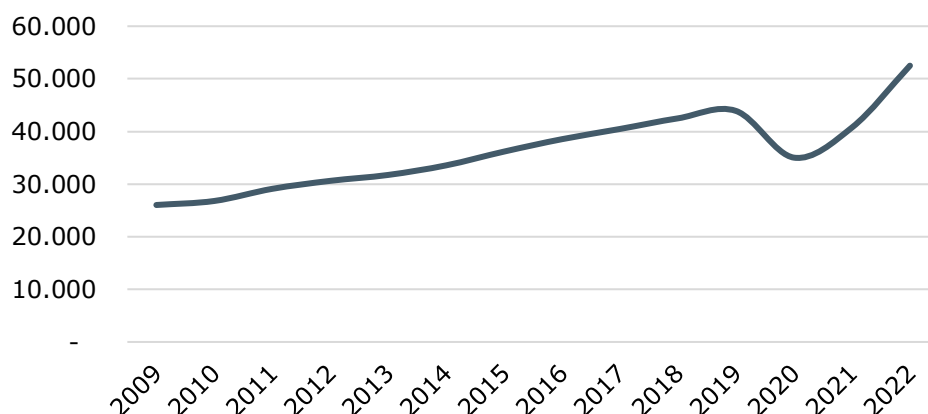
Figur 12-4 Udviklingen i danskernes forbrug online over de sidste knap 10 år. Varer udgør ca. 37 % af forbruget. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

Der forventes vækst i nethandlen med udvalgsvarer i de kommende 12 år. Data for udviklingen i nethandlen viser, at nethandlen har været og fortsat er stigende, men at hastigheden, hvormed nethandlen stiger, er aftagende. Derfor er det forudsat, at nethandlen stiger, men ikke så meget som tidligere.

I minimumsscenariet er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer stiger meget kraftigt over de næste 12 år, mens det i maksimumsscenariet er forudsat, at nethandlen med dagligvarer stiger væsentligt. For beklædning, øvrige udvalgsvarer og boligudstyr er der forudsat væsentlige stigninger i især minimums-, men også i maksimumsscenariet.

12.5 Udvikling i udespisning

Danskerne spiser i stigende grad ude og laver i mindre omfang end tidligere selv mad. Fra 2010-2019 steg salget i den danske restaurations- og hotelbranche i løbende priser med ca. 65 %. Dermed er det nærliggende at antage, at en del af forbruget flyttes fra dagligvarebutikker til restauranter, caféer og andre spisesteder. Det er især unge i de større byer, men også endagsbesøgende i Halsnæs Kommune, som spiser meget ude. Det kan skabe et større grundlag for restauranter, caféer, street food markeder og udskænkingssteder, der er afhængige af et attraktivt bymiljø snarere end god biltilgængelighed.



Figur 12-5 Salg i løbende priser i mio. kr. i hhv. den danske hotel- og restaurationsbranche.

Omvendt er dagligvarekæderne opmærksomme på tendensen og tilbyder i højere grad convenienceprodukter, bake-off og slagterafdelinger og click-and-collect ordninger. Når dagligvarebutikkerne i højere grad omstiller sig til de nye forbrugs- og indkøbsmønstre, får de også del i væksten.

I minimumsscenariet forudsættes det, at udviklingen i udespisningen fortsætter med en vækst som i årene op til coronakrisen. I maksimumsscenariet forudsættes det, at væksten bliver knap så stærk.

12.6 Udvikling i handelsbalance

Ses bort fra nethandlen, så vil udviklingen i handelsbalancen i hovedtræk afhænge af udviklingen i den regionale konkurrencesituation og udviklingen i turismen.

VisitDenmarks nyeste tal for turisternes døgnforbrug viser, at døgnforbruget, herunder de danske turisternes forbrug i detailhandlen, er steget væsentligt i perioden 2014-2017. Antallet af overnatninger i Danmark har været stigende i en årrække. En fortsat vækst i turismen vil påvirke handelsbalancerne i positiv retning. Vigtigt for Halsnæs Kommune vil desuden være, om de endagsbesøgende i større omfang end i dag bruger detailhandlen ifm. besøg i Halsnæs Kommune.

Udviklingen i handelsbalancerne vil udover turismen også afhænge af i hvilket omfang, der sker udbygninger i butiksstrukturen i de omkringliggende handelsbyer. Omvendt kan udlæg af velegnede arealer til storbutikker i f.eks. Frederiksværk bidrage til at flytte handel til Halsnæs Kommune.

Kunderne er villige til at køre længere efter udvalgsvarer, hvorfor udvalgsvarerbutikker typisk har større oplandseffekt end dagligvarebutikker. Derfor kan særligt udbygninger med udvalgsvarerbutikker flytte handel på tværs af kommunegrænser.

Inden for både dagligvarer og udvalgsvarer er det både i minimums- og maksimumsscenariet forudsat, at Halsnæs Kommune fastholder sin markedsandel overfor andre kommuner.

12.7 Arealintensitet i eksisterende butikker

I beregningerne af arealbehovet er det ikke forudsat, at en del af en forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker. I så fald vil omsætningen pr. m² stige i de eksisterende butikker, og en sådan udvikling vil ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Omvendt er det heller ikke forudsat, at et fald i forbrugsgrundlaget kan medføre et fald i omsætningen pr. m².

I praksis kan der desuden være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for at opnå et tidssvarende butiks-koncept og indretning. Der kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

I både minimums- og maksimumsscenarioet er regnet med en konstant arealintensitet.

12.8 Samlet vurdering af behov for yderligere areal

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

I minimumsscenarioet er der på dagligvaresiden forudsat en markant vækst i nethandlen med dagligvarer, bl.a. med måltidskasser, samtidig med, at en større del af forbruget på mad sker som udespisning i form af takeaway og click and collect. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at væksten i nethandlen i høj grad overstiger væksten i privatforbruget. I minimumsscenarioet er det forudsat, at dagligvare- og udvalgsvarehandlen i Halsnæs Kommune tilpasser sig ændringerne i forbrugsgrundlaget, som vil være faldende for både dagligvarer og udvalgsvarer.

Resultatet af minimumsscenarioet er, at der i Halsnæs Kommune bliver behov for i størrelsesordenen 4.200 m² mindre detailhandel set ift. det eksisterende aktive areal. Tallet dækker over et behov på ca. -450 m² til dagligvarebutikker, -2.300 m² til beklædningsbutikker og i alt -1.450 m² til boligudstyrsbutikker, øvrige udvalgsvarebutikker og butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.

Maksimumsscenarioet indebærer en større udvikling af detailhandlen frem til 2035. Det kan f.eks. være ved etablering af nye store dagligvarebutikker og udbygning af et aflastningsområde ved det overordnede vejnet. På dagligvaresiden er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer fortsat ikke får et gennembrud, og at udespisningen kun tiltager i begrænset grad. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at nethandlen fortsat vokser, men at væksten i nethandlen aftager, og at der samlet set bruges flere penge på udvalgsvarer i butikker. I maksimumsscenarioet er det forudsat, at dagligvare- og udvalgsvarehandlen i Halsnæs Kommune tilpasser sig ændringerne i forbrugsgrundlaget, som vil være stigende.

Samlet set vil der i maksimumsscenarioet blive behov for en udvidelse af butiksarealet i Halsnæs Kommune med i størrelsesordenen 6.000 m² set ift. det eksisterende aktive areal. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på i størrelsesordenen 850 m², et behov for yderligere areal til beklædningsbutikker på i størrelsesordenen 2.050 m², og i alt 3.100 m² til

boligudstysbutikker, øvrige udvalgswarebutikker og butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.

Godt 30 % af omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer og boligudstyr i Halsnæs Kommune sker i butikker med SPV som f.eks. byggemarkeder og plante-centre, og det vurderes, at en lidt større andel af behovet for areal til udvalgswarebutikker, boligudstysbutikker og butikker med SPV vil være i form af butikker med SPV, der også sælger øvrige udvalgsvarer og boligudstyr. Branche-glidningen betyder dog, at grænserne mellem store udvalgswarebutikker og butikker med SPV i højere grad udviskes, og udviklingen går mod mere øvrig udvalgswareomsætning i butikker med SPV.

Tabel 12-1 Ændret arealbehov frem mod 2035.

ÆNDRET BEHOV FOR AREAL I HALSNÆS KOMMUNE FREM MOD 2035		
Scenarie	Dagligvarer	Udvalgsvarer og SPV*
Minimum	-450 m ²	-3.750 m ² **
Maksimum	850 m ²	5.200 m ² **
*Ekskl. forhandlere af motorkøretøjer. **Heraf ca. 30 % til butikker med SPV ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.		

Arealerne er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal. Efter praksis tilkommer der kommunerne en bred margin i skønnet af behovet. De beregnede arealbehov udtrykker behovet for yderligere areal ift. arealet af den eksisterende aktive detailhandel, og evt. nyudlæg bør være afstemt med restrummeligheden i den eksisterende centerstruktur.

Arealbehovsvurderingen viser, at der er et vist spillerum for detailhandelsplanlægningen - især for så vidt angår arealudlæg til udvalgswarebutikker og butikker med SPV, som er mere konjunkturfølsomme brancher end dagligvarebranchen, der i højere grad er afhængig af befolkningsudviklingen.

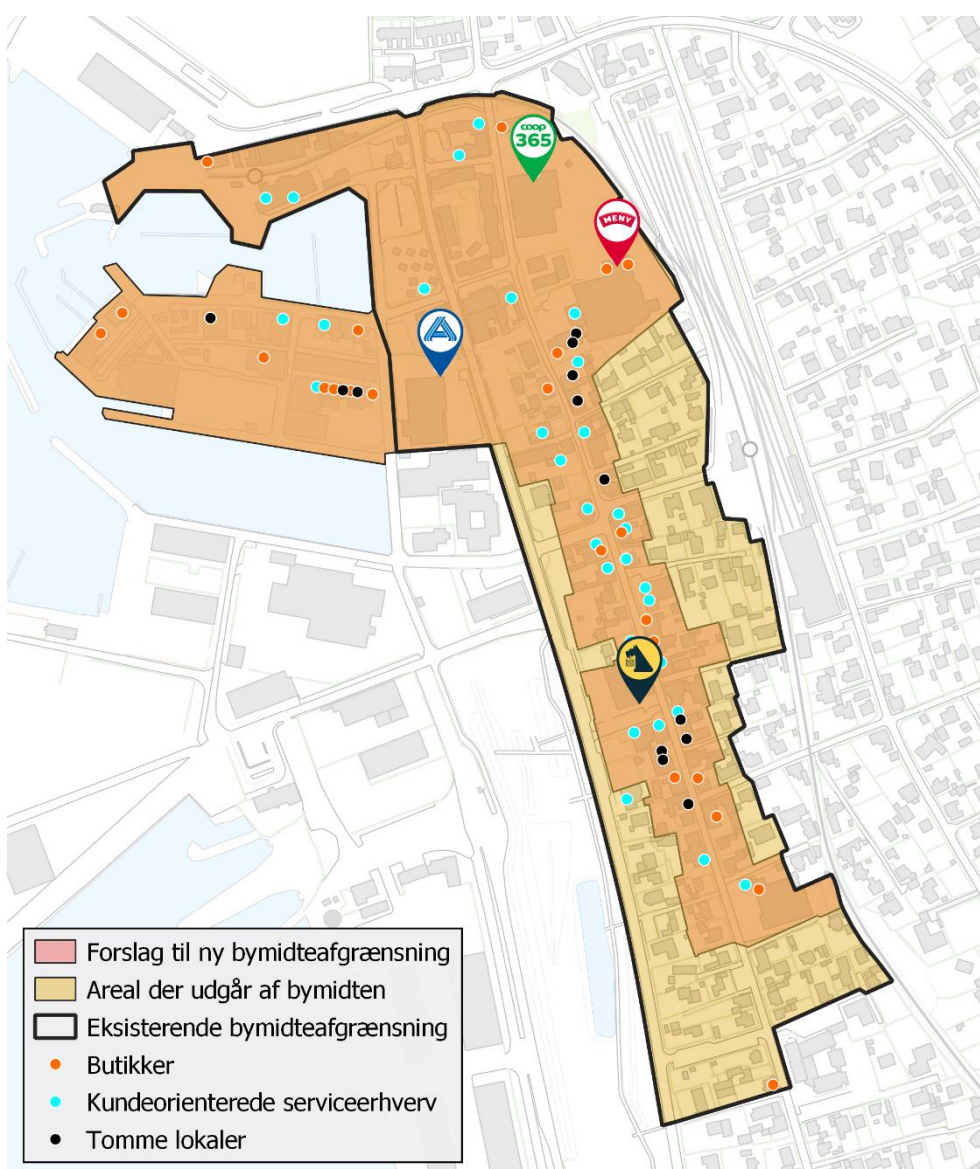
Skitseret i hovedtræk kan Halsnæs Kommune vælge at indskrænke nuværende centerområder, reducere arealrammer og søge at koncentrere detailhandlen i få områder for derved at ansøre en udvikling, hvor den eksisterende detailhandel i bymidterne beskyttes mod konkurrence fra ny detailhandel uden for bymidterne. En sådan udvikling kan understøtte levende og attraktive bymidter med mest muligt handelsliv netop her.

En anden mulighed er at åbne op for vækst og udvikling gennem nye arealudlæg på placeringer, hvor der er efterspørgsel fra udviklere og butikskæder. En sådan udvikling vil øge konkurrencen og den samlede omsætning, men vil få konsekvenser for den eksisterende detailhandel, herunder i bymidterne, som udsættes for større konkurrence og taber omsætning.

13 Kundeorienterede erhverv på Hundested Havn

Hundested Havn udvikler sig positivt, og gennem de senere år er der sket en gradvis omdannelse, hvor detailhandel og serviceerhverv har etableret sig på molen. På havnen findes i dag et blandet udbud af butikker og kundeorienterede serviceerhverv i form af caféer, ishuse osv. Det vurderes, at midtermolen umiddelbart har det største potentiale til at videreudvikle havnen til fordel for indbyggere og turister og for at styrke Hundested Havn som attraktion.

Der er med det nuværende plangrundlag begrænsede muligheder for at etablere ny detailhandel på midtermolen, hvorfor det foreslås at udvide bymidten, så den også omfatter midtermolen. Det er vigtigt med tiltag for at forbinde midtermolen og handelsstrøget i Hundested, så de handlende bliver ledt op i Nørregade.



Figur 13-1 Forslag til ny bymidteafgrænsning i Hundested.

13.1 En havn i udvikling



Figur 13-2 Hundested Havn

Hundested Havn udvikler sig positivt. Ganske vist ses en tendens til, at de traditionelle, maritime erhverv lukker eller flytter. Heldigvis er det ikke et udtryk for, at havnen er døende – snarere at den får nyt og andet liv. Gennem de senere år er der sket en gradvis omdannelse, hvor detailhandel og serviceerhverv har etableret sig – ikke mindst på og omkring den midterste mole (Nordre Beddingsvej og Søndre Beddingsvej).

Med tanke på Hundesteds omsætningspotentiale på turister (se kap. 9), er det nærliggende at forholde sig til, om det kan udnyttes yderligere, hvis man optimerer rammerne for de turistorienterede erhverv på havnen.

Havnen udgør en attraktion, og turister besøger havnen for at opleve det særlige miljø, der kendetegner området. De forventer at finde et butiksudbud, der skiller sig ud fra det, der findes i de traditionelle indkøbsgader. Butikkerne skal helst være unikke, mangfoldige og gerne lokalt funderede. Hvis de desuden kan bidrage til den maritime fortælling om Hundested Havn, er det yderligere et plus. Udviklingen af fremtidig detailhandel bør tilgodesee dette ved at begrænse butiksstørrelsen, og – hvis det vurderes muligt – at stille krav til butikstyperne. På havnen findes i dag et blandet udbud af kundeorienteret serviceerhverv i form af caféer, ishuse osv. Disse tilbud tegner sig for en væsentlig del af den turismeafledte omsætning i dag, og det er vigtigt for oplevelsen af området, at man fortsat sikrer et tilstrækkeligt og varieret udbud af spisesteder. Også de tre større dagligvarebutikker i den nordlige del af bymidten og nogle af de nuværende aktiviteter i havnen, f.eks. færgen, beddingen og sandskulpturfestivalen, genererer en kundestrøm til havneområdet.

Dog er det vigtigt at huske, at havnen ikke kun er for turister, men også skal give plads til de tilbageværende, maritime erhverv, og at havnen også skal appellere til de lokale og gives bedst mulig sammenhæng med den nuværende bymidte. Altså skal der ske en balanceret omdannelse, der tager hensyn til flere interesser.

Ved en vurdering af udviklingsmulighederne synes der at være et umiddelbart omdannelsespotentiale på midtermolen. Mod nord er Hundested Havn Station en naturlig barriere, og rundt om havnen i øvrigt har 'Strategisk-fysisk

udviklingsplan' fra 2022 allerede udpeget en række fokusområder. Planen benævner i mindre grad den midterste mole, men peger på muligheden for at udvikle mere detailhandel i området.

Anbefalingerne i denne detailhandelsanalyse retter sig derfor især mod mulighederne for at styrke udviklingen af midtermolen gennem omdannelse, der også omfatter en tilvækst af etageareal til detailhandel og serviceerhverv. Det er væsentligt at nævne, at der i denne sammenhæng ikke gives konkrete svar på, hvor detailhandlen placeres. Det vil typisk kræve udarbejdelse af en mere detaljeret omdannelses- og udviklingsplan specifikt for midtermolen.

13.2 Nuværende plangrundlag for midtermolen

Anvendelsen af det midterste moleanlæg reguleres af kommuneplanen (Kommuneplanramme 8.E14 og 8.E13) samt for et mindre område mod vest af Lokalplan nr. 89.

Af Kommuneplanramme 8.E14 fremgår, at områdets generelle anvendelse er fastsat til erhvervsområde med en bebyggelsesprocent på 70 for den enkelte ejendom og et maksimalt etageantal på 2 med en maksimal bygningshøjde på 8,5 m.

Af Kommuneplanramme 8.E13 fremgår, at områdets generelle anvendelse er fastsat til erhvervsområde med en bebyggelsesprocent på 60 for den enkelte ejendom og et maksimalt etageantal på 2,5 med en maksimal bygningshøjde på 11 m.

Lokalplan nr. 89 (fra 2006) omfatter udelukkende de to ejendomme længst mod vest og blev vedtaget for at skabe plangrundlag for at opføre dem. Planen åbner mulighed for etablering af to bygninger til havneformål eller erhvervsformål i form af produktion, udstilling og salg af kunst og kunsthåndværk, evt. i kombination med cafédrift. Byggeriets omfang må udgøre 50 % af lokalplanområdet i op til 2 etager og maksimalt 8,5 m højt. Desuden fastsætter lokalplanen areal til parkering. Det vurderes umiddelbart, at det faktiske byggeri lever op til lokalplanens intentioner og udgør en fin facade mod vandet og en hensigtsmæssig afslutning af bebyggelsen på midtermolen.

Af Halsnæs Kommunes Kommuneplan 2021 fremgår i hovedstrukturen ønsket om at "integrere havnen med bymidten således, at Hundesteds tilbud fremstår samlet". Desuden fremgår, at midtermolen ligger uden for den i kommuneplanen afgrænsede bymidte jf. retningslinjerne for detailhandel.

13.3 Begrænsede muligheder med gældende planlægning

Med det nuværende plangrundlag er der begrænsede muligheder for at etablere ny detailhandel på midtermolen. Hvis der er et politisk ønske om at udvikle denne del af havnen, så etablering af detailhandel og serviceerhverv kan ske inden for en klar, administrativ ramme, vil det kræve ny planlægning. Der kan tages forskellige værktøjer i brug, men de rummer forskellige udfordringer. Derfor skal mulighederne, der beskrives herunder, ses som oplæg til dialog – ikke som endegyldige løsninger

13.4 Udvidelse af bymidten

Med afsæt i planlovens detailhandelsbestemmelser kan det konkluderes, at det er muligt at udvide Hundested bymidte, så den også omfatter midtermolen. En del af området ved den nordlige mole, syd for stationen, er allerede omfattet af bymidteafgrænsningen.

BYMIDTEN – I PLANJURIDISK FORSTAND

I planjuridisk forstand er begrebet 'bymidten' udtryk for den centrale del af en by. Bymidten blev oprindeligt afgrænset efter en statistisk metode, der tager udgangspunkt i tilstedeværelsen og koncentrationen af en række funktioner, herunder butikker, kulturtilbud, og privat og offentlig service. Med moderniseringen af planloven i 2017 er der sket en vis opblødning omkring dele af detailhandelsplanlægningen. I praksis har kommunerne fået en vis metodefrihed, bl.a. i forhold til afgrænsningen af bymidten. Dog kan hver by kun have én bymidte. En evt. udvidelse af bymidten i Hundested til også at omfatte dele af midtermolen stadfæstes i kommuneplanen.

Hvis man vælger at udvide bymidteafgrænsningen, medfører det umiddelbart en række andre udfordringer, der kræver opmærksomhed. Først og fremmest har planlovens detailhandelsbestemmelser til formål at sikre detailhandlens overlevelse og udviklingsmulighed. Det betyder, at der normalt lægges vægt på at koncentrere detailhandlen i bymidten. For Nørregades vedkommende ses i dag en lidt større koncentration af både detailhandel og kundeorienterede serviceerhverv på strækningen mellem Netto og Coop 365discount, altså den centrale og nordlige del af gaden, ift. den sydlige del. Hvis der sker en yderligere detailhandelsudvikling på havnen, vil det bidrage til, at tyngdepunktet skubbes yderligere mod nord, og at Nørregade – især den sydlige del – vil mærke et øget pres. Der er allerede en del tomme lokaler på strækningen, og det må forudses, at en del af butikkerne, især i den sydlige del, vil kunne frigøres til andre formål, f.eks. boliger. Dette har den gældende Kommuneplan 2021 allerede muliggjort for de sydlige rammeområder inden for bymidteafgrænsningen, f.eks. i centerområde 8.C7 Nørregade vest, hvor der er muliggjort beboelse i stueetagen.

Samtidig vil en øget detailhandel på midtermolen styrke Hundested Havn som en attraktion, og det kan samlet set trække flere gæster til. Hvis der etableres en bedre og tydeligere fysisk kobling til Nørregade, vil det formodentlig kunne få en afledt effekt for den eksisterende detailhandel. Man kan med sikkerhed finde en del turister på havnen, der ikke når op i Nørregade – men de fleste gæster i Nørregade vil med stor sandsynlighed også finde vej til havnen. Den fysiske sammenhæng er helt afgørende for at opnå dette og kan skabes med forskellige virkemidler: Det kan være simple fingerskilte (vejviserskilte), velplacerede oversigtskort, tydelig sammenhæng i materialevalg, f.eks. på stiforbindelser, anden nudging eller app-baserede guides, der tilgås med f.eks. QR-koder, man kan finde i området. Det er ikke nødvendigvis enten-eller, men snarere relevant at overveje en kombination af forskellige virkemidler.

Hvis bymidten udvides til også at omfatte midtermolen, helt eller delvist, skal det besluttes, om der skal kunne etableres boliger i området. Det ligger implicit i begrebet bymidte, at der er liv døgnet rundt – og dermed, at der også bor folk i

området. Det er det, der gør forskellen på rene erhvervsområder, der typisk ligger døde hen i aften- og nattetimerne, og bymidterne, hvor mennesker er den vigtigste ressource, og byliv er resultatet af den varierede anvendelse. Det er givet, at det vil være en udfordring at etablere boliger, der defineres som støjfølsom anvendelse, i et område med aktivt havneerhverv. Det betyder, at virksomhederne, jf. miljøloven, får pålagt skærpede krav til støj. På Midtermolen vil det begrænsede areal og nærheden til eksisterende erhverv på nuværende tidspunkt gøre det uhensigtsmæssigt at etablere boliger, og det anbefales, at fremtidig planlægning fastholder, at der ikke kan bygges boliger i området.

13.5 Helhedsplan for midtermolen

Udviklingen af midtermolen bør ske i dialog med interessenterne i området, havnen, erhvervslivet og borgerne. Arbejdet bør sammenfattes og konkluderes i en helhedsplan for et afgrænset område.

Helhedsplanen vil typisk indeholde en analyse af en række fysiske forhold, f.eks. kortlægning af nuværende anvendelse, bebyggelsesstruktur, bygningsmassen (herunder vurdering af kulturværdi), trafik og parkering, publikumsstrømme og andet, der kan være relevant for planen. Efterfølgende udarbejdes en tidsplan, der beskriver udviklingstakten. Planen vil typisk fastlægge, hvad der kan nedrives – og hvad der bør bevares. Samtidig anvises nogle rammer for evt. ny bebyggelse, placering af funktioner og løsninger til håndtering af alle typer trafik og parkering. Den kan evt. også omfatte en vurdering af nye bæredygtighedstiltag i området og effekten af disse.

En helhedsplan er i sig selv ikke juridisk bindende og derfor heller ikke byggeretsgivende. Den skal betragtes som et redskab til at styre den fremtidige udvikling gennem anden planlægning og myndighedsarbejde. Hvis Hundested Havn og Halsnæs Kommune har ambitioner for at skabe tydelige rammer for havnens fremtidige brug, anbefales som minimum, at der udarbejdes en helhedsplan specifikt for midtermolen. Det skal naturligvis sikres, at den forholder sig til de greb, som Hundesteds seneste udviklingsplan beskriver.

Det kan være en god idé at lade sig inspirere af andre danske havnemiljøer, der er sammenlignelige, f.eks. Gilleleje Havn eller Karrebæksminde, der begge lykkes med at blande gammelt og nyt og fastholde autenticiteten.

13.6 Arealudlæg til byomdannelse

Planloven giver kommunerne mulighed for at udpege byomdannelsesområder i kommuneplanen. Det giver et særligt planlægningsmæssigt spillerum. Udpegning af et byomdannelsesområde sker typisk på erhvervs- og havneområder, hvor den hidtidige anvendelse er stoppet eller under gradvis afvikling. I et byomdannelsesområde defineres rammer, der gør, at erhverv kan fortsætte under rimelige vilkår, selvom der planlægges for ny, støjfølsom anvendelse som boliger, institutioner og serviceerhverv. Hvis denne løsning tages i brug, er det afgørende, at der sker en tidlig dialog med erhvervsvirksomhederne i området for at få kortlagt deres forventninger til fremtiden.

BYOMDANNELSE IFØLGE PLANLOVEN

"(...) hvor anvendelsen af bebyggelse og ubebyggede arealer til erhvervsformål, havneformål eller lignende aktiviteter skal ændres til boligformål, institutionsformål, centerformål, rekreative formål eller erhvervsformål, der er forenelige med anvendelse til boligformål".

(Lovbekendtgørelse 2018-04-16, nr. 287 om planlægning (planloven) § 11 b. pkt. 5)

"Et byomdannelsesområde skal afgrænses således, at det kun omfatter et område, hvor anvendelsen til miljøbelastende erhvervsformål, havneformål, eller lignende aktiviteter i den langt overvejende del af området er ophørt eller under afvikling".

(planloven § 11 d)

13.7 Lokalplan for midtermolen

Lokalplanen er det plandokument, man regulerer et område med. Lokalplanen indeholder en række bestemmelser, der fastsætter bl.a. anvendelse, omfang og udseende af det, der etableres inden for lokalplanens afgrænsning. Den kan – men skal ikke – være byggeretsgivende. Det vil sige, at man kan beskrive et område mere løst i det, der typisk benævnes en rammelokalplan, eller man kan være meget specifik i det, der i daglig tale kaldes en projektlokalplan. Begge to er lokalplaner, og begge to skal godkendes af kommunen. Fælles er, at planen bliver tinglyst på de ejendomme, der ligger inden for lokalplanområdet. Dermed bliver lokalplanens bestemmelser bindende, og kun ved dispensation er det muligt at gøre noget andet. Det er derfor vigtigt, at det tidligt besluttet, hvor regulerende planen skal være, og det er væsentligt, at lokalplanen skrives på et afklaret grundlag. Lokalplanen kan derfor være et godt værktøj til at fastholde hensigter og mere konkrete løsninger, der er blevet skabt enighed om i en helhedsplan. Det er Halsnæs Kommune, der bestemmer, hvornår der skal udarbejdes lokalplaner.

En lokalplan for midtermolen bør indeholde bestemmelser, der regulerer anvendelsen, så det sikres, at man fastholder og forstærker variation og mangfoldighed i butikssammensætningen. Det gøres bl.a. ved at fastlægge en maksimal butiksstørrelse, der sikrer, at der ikke etableres for store butiksenheder. Desuden skal områdets arkitektoniske udtryk og maritime miljø understøttes ved at stille krav om bl.a. overvejende korte facadelængder, primært træfacader, med variation i farver og udtryk og med åbne, kundeorienterede erhverv i stueetagen samt evt. en stram styring af tagformer. Principperne ovenfor skal bearbejdes særskilt og kan naturligt indgå i arbejdet med en helhedsplan for midtermolen.

ANBEFALINGER TIL PLANLÆGNINGEN

- > Midtermolen, eller en del af den, foreslås at indgå i en udvidelse af kommuneplanens bymidteafgrænsning.
- > Der skal ske en forudgående vurdering af, hvilke bygninger der evt. skal søges bevaret – og dermed hvilke der kan erstattes af nye.
- > Ny bebyggelse med facade mod Nordre Beddingsvej bør være i mindre butiksenheder, med et bruttoetageareal op til maks. 100 m².
- > Dog kan der enkelte steder, der udpeges specifikt – typisk hvor der i forvejen er placeret større bygninger – tillades større butiksenheder op til maks. 150 m².
- > Stueetager skal i videst muligt omfang være transparente og indeholde kundeorienterede erhverv.
- > Den enkelte facadelængde mod gaden bør være max. 8 m og skal sikres et varieret udtryk gennem farvevalg og arkitektur. Flere bygninger kan sammenbygges, såfremt der kan opnås tilstrækkelig variation.
- > Bygninger bør opføres i lette materialer, overvejende træ, og må højst opføres i 2½ etage og maksimalt 8,5 m.
- > Tagformer foreslås defineret som saddeltage, men der kan undtagelsesvist tillades andre tagformer, hvis de ikke bryder med områdets helhedsindtryk.
- > Der bør kun i begrænset omfang tillades midlertidige konstruktioner som pavilloner og containere og fortrinsvist i et samlet område.

Disse principielle anbefalinger er ikke udtømmende, og skal under alle omstændigheder bearbejdes i den egentlige planlægning.

13.8 Havneudvikling er også bymidteudvikling

Hvis man overvejer at udvikle midtermolen og andre områder i havnen, er det afgørende at se udviklingen ikke bare som havneudvikling, men som en del af bymidtens samlede udvikling. Udvikling for havnen skal fungere som løftestang for udvikling af de tilstødende byområder. Udviklingsplanen fra 2022 beskriver dette fint, men det er vigtigt, at det følges op af handlinger, der understøtter de fysiske forbindelser mellem havnen og detailhandlen i byen – primært i den nordlige del af Nørregade. Her er det især koblingerne på tværs af området mellem Kajgaden og Strandvejen, der er væsentlige. Der kan være mange greb til bedre sammenhænge. Og de skal tænkes ind i en større sammenhæng med udviklingsplanen som omdrejningspunkt. Udviklingen anbefales bearbejdet i en helhedsplan for midtermolen og efterfølgende fastholdt i en lokalplan for området. Ingen af delene er umiddelbart nødvendige for at kunne igangsætte udviklingen, men skal ses som værktøjer, der sikrer dialog og indflydelse for interessenterne i området.

Bymidtens begrænsede størrelse gør, at den fortsat bør være samlet i én organisation, altså Hundested Erhverv. Men afhængig af den faktiske udvikling af havnen bør det overvejes, om der kan tilføjes et yderligere, lokalt forankret lag i organiseringen; Hundested Havn har mulighed for at tænke i helheder, optimere forretningssammensætningen og i det hele taget styre udviklingen i området, og der kan evt. etableres et BID-inspireret samarbejde for virksomheder på midtermolen, af afsnit 12.1.

14 Ny detailhandel uden for Frederiksværk bymidte

Eventuel planlægning for ny detailhandel ved det overordnede vejnet vil styrke Halsnæs Kommune i den regionale konkurrence med andre handelsbyer og bidrage til, at en større del af handlen holdes hjemme, men vil samtidig få konsekvenser for den eksisterende detailhandel. Et landsplandirektiv forhindrer planlægning for et aflastningsområde og betyder, at mulighederne for ny planlægning for detailhandel uden for bymidten er begrænset.

14.1 Formål med aflastningsområder

Formålet med aflastningsområder er at skabe attraktive etableringsmuligheder til såkaldte boksbutikker i form af store udvalgswarebutikker. Det er butikker, som typisk ikke kan indpasses i den mere tætbebyggede bymidte, og butikker, hvor der typisk er behov for, at kunderne kan afhente varer i bil. Et eksempel på et stort aflastningsområde er aflastningsområdet ved Sigrundvej i Hillerød med en arealramme på 80.000 m², og eksempler på kæder med boksbutikker er Bauhaus, ILVA og My Home.

Planlægning for et aflastningsområde i Halsnæs Kommune ville kunne bidrage til, at handelslivet i Halsnæs Kommune udvikles med butikker, som ikke i forvejen findes i Frederiksværk, så borgere kan handle lokalt i stedet for at køre til f.eks. Hillerød eller Frederikssund, og som alternativ til at handle på nettet eller hente varer bestilt på nettet i den lokale butik.

Muligheden for planlægning for aflastningsområder blev genindført med ændringen i planlovens detailhandelsbestemmelser i 2017. Hensigten er, at en effektiv butiksstruktur fremmes ved at skabe plads til store butikker, herunder især store udvalgswarebutikker, der ikke uden videre kan indpasses i de historiske bymidter. Indtil efteråret 2017 kunne kommunerne i Hovedstadsområdet indmelde ønsker om aflastningsområder til Erhvervsstyrelsen. Detailhandelsplanlægningen i Halsnæs Kommune er fortsat omfattet af Landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet, der fastlægger, at der i "det øvrige hovedstadsområde", som er udpeget i Fingerplan 2019, ikke kan planlægges for aflastningsområder. Fremtidig planlægning for et aflastningsområde i Frederiksværk forudsætter derfor en ændring af direktivet og nærmere dialog mellem Halsnæs Kommune og Plan- og Landdistriktsstyrelsen. Der er på nuværende tidspunkt ikke annonceret en ændring af direktivet.

14.2 Et evt. fremtidigt aflastningsområdes placering og afgrænsning

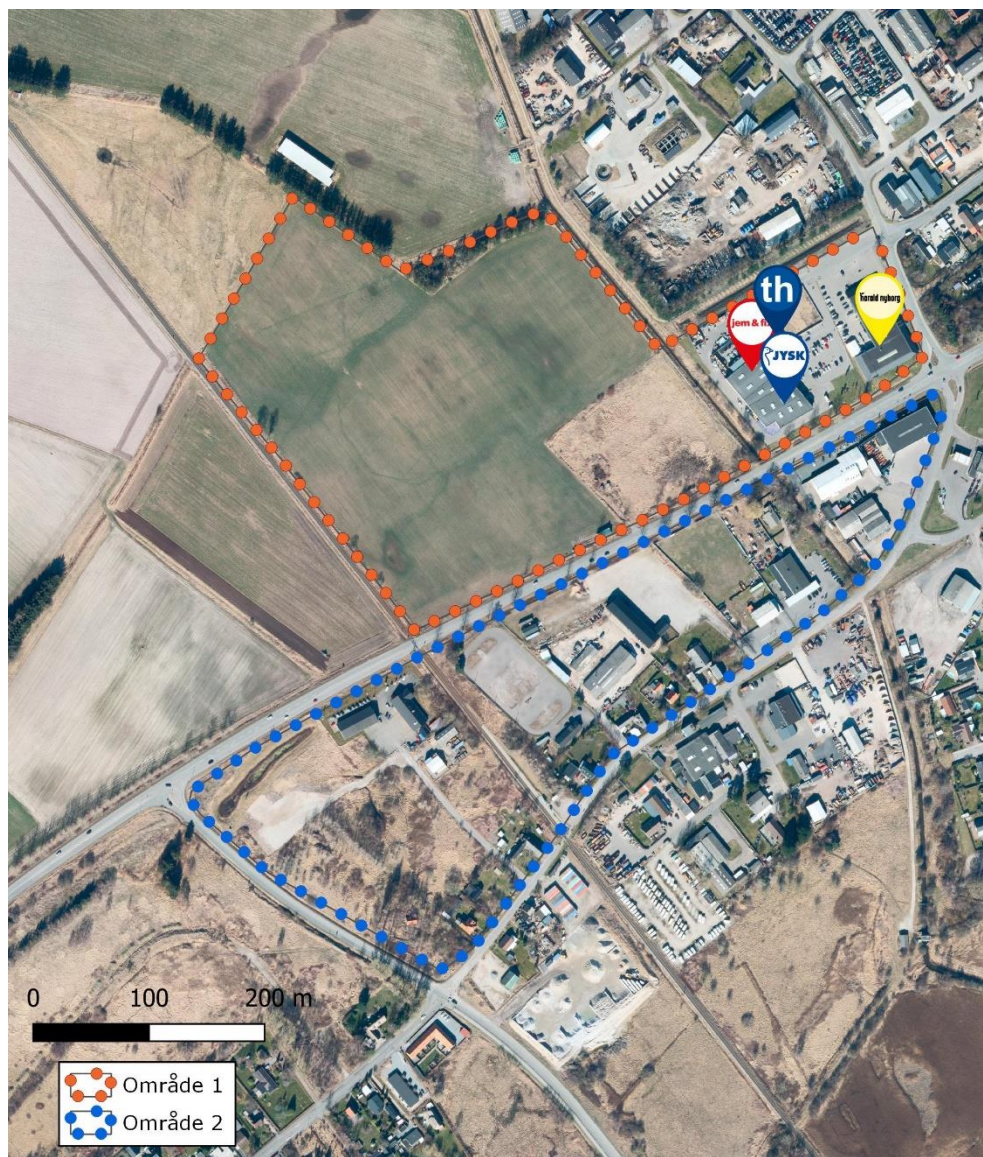
Ud fra et markedsmæssigt perspektiv vurderes det, at et evt. fremtidigt aflastningsområde til flere nye udvalgswarebutikker i Halsnæs Kommune – hvilket som nævnt forudsætter ændret lovgivning – kun er realiserbart i Frederiksværk. De mest egnede placeringer findes langs Hundestedvej og Hillerødvej.

Et forslag til et aflastningsområdes principielle placering og afgrænsning fremgår af figur 14-1 og omfatter et område mellem Industrivej og Hundestedvej, hvor der i dag ligger fire butikker i form af JYSK, thansen, jem & fix og Harald Nyborg

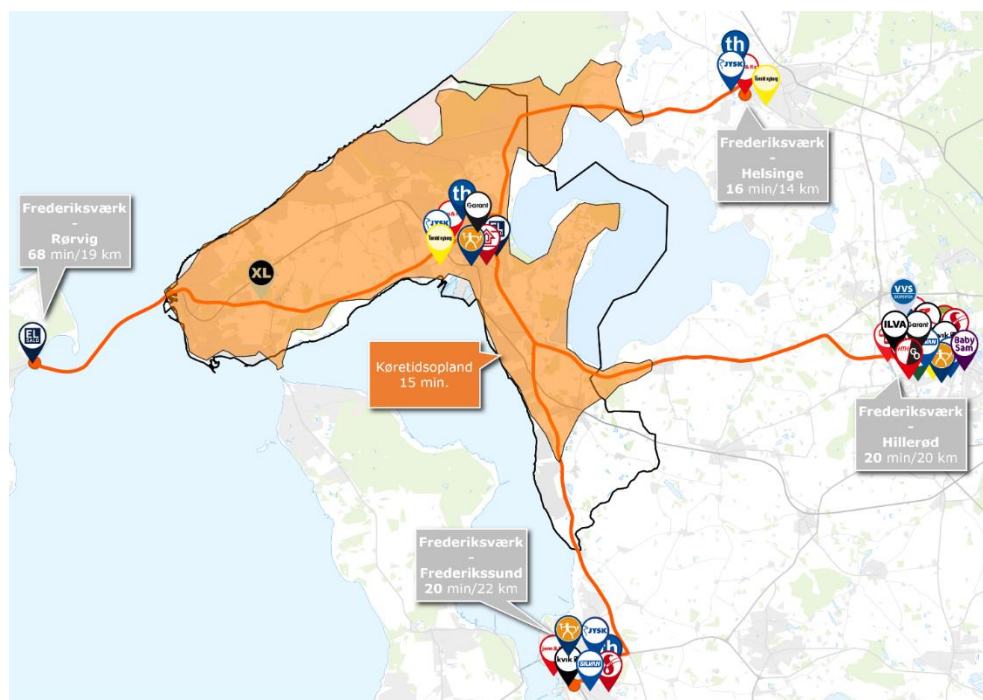
(orange markering). Der er desuden fremlagt et forslag til en placering på hjørnet af Havnevej og Hundestedvej, hvor der i dag bl.a. ligger to bilforhandlere (blå markering).

Især i førstnævnte område er der mulighed for videreudvikling af et veldisponeret butiksområde med moderne og tidssvarende butiks anlæg med tilstrækkelig og lettilgængelig parkering. Der er potentiale for at udvikle en stærkere klynge af butikker med f.eks. bil-, hus-, have- og fritidsudstyr, men det forudsætter, at området, der i den gældende planlægning kun delvist er udlagt til område til særligt pladskrævende varegrupper, omklassificeres til aflastningsområde – hvilket forudsætter en ændring af Landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet.

For forbrugerne er ét stort indkøbsområde mere attraktivt end flere små. I udgangspunktet er det derfor en fordel at koncentrere nye butikker omkring de eksisterende butikker ved Industrivej. Begge arealer langs Hundestedvej har en god synlighed, hvilket er afgørende for kæderne. Fordelen ved en mere rummelig afgrænsning af aflastningsområdet er desuden, at flere arealer bringes i spil, hvorved den økonomiske realiserbarhed af butiksprojekterne sandsynligvis øges.



Figur 14-1 Potentielle arealer til evt. nyt aflastningsområde ved Hundestedvej nær Hanehoved St.



Figur 14-2 Køretider og afstande i bil til andre handelsbyer. Halsnæs Kommune, eksisterende boksbutikker og køretidsoplandet på 15 min. fra det eksisterende SPV-område i Frederiksværk i bil er vist.

Projektområderne i den nordlige del af Frederiksværk har god synlighed grundet placeringen ved Hundestedvej. Et aflastningsområde på en placering mere sydligt omkring f.eks. Kregme, med en placering op ad indfaldsvejen vil være mere optimalt for pendlere, som arbejder i f.eks. Frederikssund eller Hillerød. En placering i det sydlige Frederiksværk øger desuden chancerne for, at forbrugere bosiddende uden for Halsnæs Kommune, bruger butikkerne. Et evt. aflastningsområde i Kregme forudsætter ligesom et evt. aflastningsområde i Frederiksværk et ændret landsplandirektiv. I stedet for et aflastningsområde kan der være mulighed for planlægning for ny detailhandel i Kregme i en udvidelse af det gældende lokalcenter eller i et nyt område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Planlægning for en bymidte i Kregme forudsætter bl.a. at Kregme kan defineres som en selvstændig by og ikke en bydel i Frederiksværk.

14.2.1 Behov for nye boksbutikker

Handelsbalancen på 63 % for øvrige udvalgsvarer viser, at borgerne i Halsnæs Kommune køber i størrelsesordenen godt en tredjedel af deres øvrige udvalgsvarer udenfor kommunen og på nettet.

Handelsunderskud for øvrige udvalgsvarer på ca. 210 mio. kr. pr. år viser, at der er potentiale for vækst og udvikling i detailhandlen i Halsnæs Kommune, hvis mere handel holdes hjemme.

Det vurderes på baggrund af arealbehovet, underskuddet på handelsbalancen samt et begrænset udbud af boksbutikker i kommunen, at der er grundlag for

yderligere areal til store udvalgswarebutikker i Frederiksværk. Eksempler på potentielle kæder er beskrevet i afsnit 6.1.

Aflastningsområdet vurderes at ville betjene et opland, der i sin udstrækning omtrent svarer til Halsnæs Kommune.

14.2.2 Effekter

Effekterne af et evt. fremtidigt aflastningsområde eller anden planlægning for nye områder til detailhandel afhænger i høj grad af, hvordan arealrammerne udnyttes, dvs. hvilke butikker, der vil blive etableret, herunder i hvilket omfang der bliver tale om nye kæder, som ikke findes i Halsnæs Kommune i dag. Omsætningen afhænger også i høj grad af, hvilke typer butikker der bliver tale om, eftersom omsætningen pr. m² kan variere betydeligt mellem butikstyper – f.eks. er en elektronikbutik mere arealeffektiv end en køkkenbutik.

En konsekvensvurdering kan belyse effekterne for den eksisterende detailhandel og den samlede omsætning. Overordnet gælder, at nye udvalgswarebutikker vil øge den samlede omsætning i detailhandlen i Halsnæs Kommune og bidrage til, at mere handel holdes hjemme i Halsnæs Kommune. Dette styrker Frederiksværks handelsliv, men i andre byer, der har fået et større butiksområde udenfor bymidten, er der eksempler på, at det også har fået konsekvenser for bymidten, byens øvrige, eksisterende detailhandel og oplandsbyerne.

Det vurderes, at en væsentlig del af omsætningen i de nye udvalgswarebutikker hentes udenfor kommunen, men at en væsentlig del af omsætningen også hentes lokalt i Frederiksværk og i mindre omfang i bl.a. Hundested.

Der er også en vis sandsynlighed for, at nogle af butikkerne i det nye aflastningsområde bliver butikker, som i forvejen findes i Halsnæs Kommune, dvs. butikker, som flytter til det nye aflastningsområde. Sådanne interne flytninger kan kun forventes at medføre en beskeden samlet omsætningstilvækst.

Overordnet set er fordelene og ulemperne ved et aflastningsområde eller andre typer områder til ny detailhandel uden for bymidterne og ved det overordnede vejnet følgende:

- + Højere samlet omsætning
- + Mulighed for nye kæder
- + Mere omsætning holdes hjemme i Halsnæs Kommune
- ÷ Mindre handels- og byliv i bymidterne
- ÷ Risiko for flere tomme lokaler og lavere investeringslyst i bymidterne

15 Ordforklaring

AREALBEHOV

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

AREALRAMME OG UDBYGNINGSRAMME/RESTRUMMELIGHED

Arealrammen for et centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i et centerområde. *Restrummeligheden/udbygningsrammen* i et centerområde beregnes ved at trække bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel eller byggeretterne i lokalplanerne omfattet af centerområdet fra arealrammen for centerområdet.

CENTEROMRÅDE

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

DAGLIGVARER OG DAGLIGVAREBUTIKKER

Dagligvarer er varer, der forbruges samtidig med at de bruges, dvs. kortvarige forbrugsgoder. Dagligvarer er f.eks. madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler og dagligvarebutikker er f.eks. supermarkeder, tankstationskiosker, apoteker og blomsterhandlere. Butikker, der har et mere end ubetydeligt salg af dagligvarer, betragtes som udgangspunkt dagligvarebutikker, herunder også varehuse, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

DETAILHANDELSBUTIK

En detailhandelsbutik er et fast forretningssted, hvorfra der sælges varer til private. Permanente showrooms eller udstillinger af varer, hvor private kan se og evt. prøve varer, som enten kan bestilles i forretningen eller som efterfølgende kan bestilles via nettet, betragtes også som detailhandel.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV

Kundeorienterede serviceerhverv er forretninger, der fungerer på samme kommercielle vilkår som butikker, dvs. at de har fysiske lokaler, faste åbningstider, salg til private kunder og adgang for alle til at købe – også uden medlemskab og uden tidsbestilling. Fælles for de kortlagte kundeorienterede serviceerhverv er, at de har aktive facader og bidrager til bylivet.

Kundeorienterede serviceerhverv, der indgår i analysen, er delt op på hovedbrancherne: Restauration, personlig pleje, kultur og fritid, hotel, bank og ejendomsmægler, sundhed og andet.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

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

FORBRUGSGRUNDLAG

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

HANDELSBALANCE

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et geografisk afgrænset område. Hvis handelsbalancen for en kommune er under 100 % betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor kommunen, f.eks. pendlere eller turister.

Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem. Handelsbalancen kan f.eks. stige, hvis omsætningen ikke falder ligeså meget som forbrugsgrundlaget.

OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Borgere i *oplandet* lægger som tommelfingerregel over halvdelen af deres forbrug i oplandet. Borgere udenfor oplandet lægger som tommelfingerregel mindre end halvdelen af deres forbrug i oplandet. Et indkøbsområde kan have forskellige oplande afhængigt af varegruppe. Et oplands afgrænsning afhænger bl.a. af afstanden til andre indkøbssteder. Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning fra butikker udenfor oplandet. Det totale område, som den nye detailhandel henter omsætning fra, betegnes som *influensområdet*. Der skelnes mellem et opland iht. reglerne om detailhandelsplanlægning og et markedsfølsomt opland.

SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER (SPV) OG BUTIKKER MED SPV

Listen over særligt pladskrævende varegrupper i planloven ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold, er f.eks. motor-køretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, møbler, samt ammunition og eksplosiver. Af Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår, at arealer til særligt pladskrævende varegrupper ikke omfatter arealudlæg til andre store butikker med mange varer eller butikker, der både forhandler pladskrævende og ikke-pladskrævende varer, som f.eks. dagligvarer, tøj, legetøj, babyudstyr, elektronik, hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. I byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med særligt pladskrævende varegrupper.

UDVALGSVARER OG UDVALGSVAREBUTIKKER

Udvalgsvarer er en fælles betegnelse for varer, som kan anvendes flere gange og gennem en længere periode, dvs. langvarige forbrugsgoder. Udvalgsvarer er opdelt i "beklædning", dvs. tøj og sko, "boligudstyr" som f.eks. køkkenudstyr, elektronik og tæpper, samt "øvrige udvalgsvarer" som f.eks. legetøj, babyudstyr, optik og smykker. Hvis en butik, har mere end et ubetydeligt salg af udvalgsvarer, så er den i udgangspunktet at betegne som en udvalgswarebutik. En møbelbutik, der sælger møbler, som er en særligt pladskrævende varegruppe, og øvrige udvalgsvarer, f.eks. lamper, puder og andet boligtilbehør, i mere end et ubetydeligt omfang, er at betegne som en udvalgswarebutik. En butik, der fortrinsvist sælger dagligvarer, er at betegne som en dagligvarebutik – uanset om der sker et mere end ubetydeligt salg af udvalgsvarer.