



Fra utstillingen «Kjøpesenter - byens hjerte». Fotoutstillingen forsøkte å vise hvordan kjøpesentre kan brukes til å skape vitalitet i byer og tettsteder, og hvor viktig handel er for byutvikling. Foto: Hentet fra Norsk form.

Miljøverndepartementet

Handel i og utenfor bysentrum

Utgave: 3

Dato: 2013-07-12

DOKUMENTINFORMASJON

---

Oppdragsgiver: Miljøverndepartementet  
Rapporttittel: Handel i og utenfor bysentrum  
Utgave/dato: 3 / 2013-07-12  
Arkivreferanse: -  
Lagringsnavn: Handel\_bysentrum\_3  
Oppdrag: 532538 – Handel i og utenfor bysentrum  
Oppdragsbeskrivelse: Sammenstille omsetningsdata for store deler av Østlandet og Vestlandet, trekke ut noen hovedtrekk for de ulike områdene og skrive et kort notat. (Tilbud: 013588 - Handel i og utenfor bysentrum)  
Oppdragsleder: Kirsten Hegsvold  
Fag: Analyse og utredning  
Tema: Kommunal- og regional planlegging  
Leveranse: Analyse  
  
Skrevet av: Kirsten Hegsvold og Steinar Onarheim  
Kvalitetskontroll: Øyvind Dalen  
  
Asplan Viak AS [www.asplanviak.no](http://www.asplanviak.no)

---

## FORORD

Asplan Viak har vært engasjert av Miljøverndepartementet for å utarbeide en sammenstilling av omsetningsdata for utvalgte område for å belyse problemstillingen handel i sentrum og handel utenfor sentrum, og konkurranseforholdet mellom bysentra og eksterne kjøpesentre. Terje Kaldager har vært kontaktperson for oppdragsgiver.

Kirsten Hegsvold har vært oppdragsleder, Steinar Onarheim prosjektmedarbeider og Øyvind Dalen kvalitetssikrer for Asplan Viak.

Sandvika, juli 2013

Kirsten Hegsvold  
Oppdragsleder

Øyvind Dalen  
Kvalitetssikrer

**INNHOLDSFORTEGNELSE**

1	Bakgrunn.....	5
2	Innledning.....	6
3	Hovedtrekk ved handelen.....	7
3.1	Metode for analysen.....	7
4	Østfold: Nedre Glomma-regionen.....	9
4.1	Senterstruktur Nedre Glomma-regionen.....	9
4.2	Beregningsgrunnlag Nedre Glomma-regionen .....	9
4.3	Analyser Nedre Glomma-regionen .....	11
4.4	Oppsummering Nedre Glomma-regionen.....	16
5	Buskerud: Drammen, Nedre Eiker og Lier .....	17
5.1	Senterstruktur i Buskerud .....	17
5.2	Beregningsgrunnlag Drammen, Nedre Eiker og Lier .....	17
5.3	Analyser Drammen, Nedre Eiker og Lier .....	18
5.4	Oppsummering Drammen, Nedre Eiker og Lier.....	24
6	Telemark: Grenlandsregionen .....	25
6.1	Senterstruktur i Grenland .....	25
6.2	Beregningsgrunnlag Grenland.....	25
6.3	Analyser Grenland.....	26
6.4	Oppsummering Grenland .....	30
7	Aust-Agder: Arendalsregionen.....	31
7.1	Senterstruktur i Aust-Agder .....	31
7.2	Beregningsgrunnlag Arendalsregionen.....	31
7.3	Analyser Arendalsregionen .....	31
7.4	Oppsummering Arendalsregionen .....	36
8	Vest-Agder: Kristiansandsregionen .....	37
8.1	Senterstruktur i Kristiansandsregionen .....	37
8.2	Beregningsgrunnlag i Kristiansandsregionen.....	37
8.3	Analyser Kristiansandsregionen .....	37
8.4	Oppsummering Kristiansandsregionen.....	42

9	Rogaland: Stavangerregionen og Haugalandet.....	43
9.1	Senterstruktur i Stavangerregionen og Haugalandet .....	43
9.2	Beregningsgrunnlag Stavangerregionen og Haugalandet.....	43
9.3	Analyser Stavangerregionen .....	44
	Analyser Haugalandet.....	51
9.4	Oppsummering Stavangerregionen og Haugalandet .....	54
10	Sør-Trøndelag: Trondheim.....	56
10.1	Senterstruktur Trondheimsregionen .....	56
10.2	Beregningsgrunnlag Trondheim .....	56
10.3	Analyser Trondheim .....	56
10.4	Oppsummering Trondheim.....	59
11	Oppsummering .....	60
	Referanser .....	63
	Utvalgte referanser til handelsanalyser.....	64

# 1 BAKGRUNN

I norske byer og tettsteder har det vært en økende tendens til etablering av kjøpesentre i utkanten av, og utenfor bysentrum. Noe som påvirker konkurranseforholdet i forhold til sentrum og kan gi økt transportarbeid i forbindelse med innkjøpsreiser.

Hensikten med rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre er å hindre byspredning, og bidra til å styrke by- og tettstedssentre. Målet er å skape en bærekraftig byutvikling med en fortetningsstrategi, og å hindre byspredning som skjedde på 1970-tallet, og økt transportarbeid og klimagassutslipp.

Regjeringen fastsatte Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre ved kongelig resolusjon av 27. juni 2008. Bestemmelsen gjelder for hele landet. Den har en varighet på inntil 10 år, eller inntil den avløses av regional planbestemmelse i henhold til § 8-5 i plan- og bygningsloven av 2008.

Formålet med forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre:

*«Formålet med denne rikspolitiske bestemmelsen er å legge til rette for en sterkere regional samordning av politikken for etablering og utvidelse av større kjøpesentre. Hensikten er å styrke eksisterende by- og tettstedssentre og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling som fører til byspredning, bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust by- og tettstedsutvikling og begrense klimagassutslippene» (§ 1, LOV-1985-06-14-77-§17-1).*

Miljøverndepartementet ønsker å få belyst hvordan utviklingen i handelen har vært for bysentra og eksterne kjøpesentra for utvalgte områder. Foreliggende rapport belyser hvordan markedsandelene for henholdsvis sentrum og eksterne kjøpesentre har utviklet seg de siste årene. Er det slik at de eksterne kjøpesentre tar markedsandeler fra bysentra?

## 2 INNLEDNING

Miljøverndepartementet har ønsket en sammenstilling av omsetningsdata for utvalgte områder på Østlandet og Vestlandet. Sammenstillingen tar utgangspunkt i tidligere handelsanalyser som Asplan Viak har gjort. Formålet med arbeidet har vært å belyse konkurranseforholdet mellom bysentra og handelstilbud utenfor bysentra.

Analysen er basert på omsetningsdata for Østfold, Buskerud, Telemark, Vest-Agder, Aust-Agder, Rogaland og Sør-Trøndelag for perioden 2004-2012.

### 3 HOVEDTREKK VED HANDELEN

Analysen belyser hovedtrekk ved utvikling i handelen for bysentra i syv fylker, med utgangspunkt i følgende hypotese: *er det en tendens til nedgang i bysentra og en vekst utenfor bysentra*. Analyseperioden er fra 2004-2012.

#### 3.1 Metode for analysen

Analysen av handelsutviklingen er basert på analyse av omsetningsdata for perioden 2004-2012<sup>1</sup>. Andel av samlet omsetning og utviklingen i andelene over tid, kan brukes til å belyse endring i markedsandeler for bysentra og eksterne kjøpesentre. Analysen er gjort på to nivå:

- bysentra versus handelstilbudet i resten av kommunen
- bysentra versus eksterne kjøpesentre

Analysen omfatter handel med detaljvarer og utvalgsvarer. Detaljvarehandel er i denne sammenheng definert som summen av dagligvarer, utvalgsvarer, møbler og hvitevarer, og byggevarer og hagesenter, og er i prinsippet all handel til privatpersoner som foregår over disk. Dagligvarer er i hovedsak matvarer og andre husholdningsvarer. Utvalgsvarer omfatter mange ulike varer, blant annet klær, sko, husholdningsapparater og sportsutstyr, og er typisk varer som selges på kjøpesentre og i sentrumsområder. Møbler og hvitevarer defineres som plasskrevende varer. Som plasskrevende varer regnes også fargevarer og motorutstyr, samt byggevarer og hagesenter.

Handel med utvalgsvarer er typisk sentrumshandel, og kan belyse endringer i markedsforholdet mellom sentrum og eksterne kjøpesentre enda bedre enn detaljvarehandel som også inneholder dagligvarehandel.

En sammenligning av omsetningen for et bysentrum og for et eksternt kjøpesenter kan være en sammenligning av to handelstilbud med ulik størrelse. For eksempel kan økt andel av samlet omsetning for et handelstilbud skyldes økt areal, og ikke økt omsetning per m<sup>2</sup>. Et annet moment er bysentra som har et kjøpesenter i sentrum. I analysen er det samlet omsetning for både kjøpesenteret og øvrig handelstilbud i sentrum, og det er ikke skilt mellom utvikling i andelen for kjøpesenteret og utviklingen i andelen for bysentrum.

Verdiendringer kan deles inn i to komponenter: prisendringer og volumendringer. Omsetningstallene kan deflateres for å se på kun volumvekst. Ved deflatering korrigeres det for prisendringer<sup>2</sup>. For klær og sko har det vært en nedgang i prisene fra 2004 til 2012, tilsvarende 26 prosent for perioden. Det kan bety at endringer i andeler av omsetningen for utvalgsvarer kan bli mindre enn når vi på verdiveksten, men dette ligger ikke innenfor rammen av prosjektet. Omsetningstallene er den reelle omsetningssummen, det vil si omsetning eksklusiv merverdiavgift. Dataene er ikke indeksregulert. Det betyr at tall fra 2004 er i 2004-kroner og tall for 2005 i 2005-kroner osv.

Omsetningsdata fra SSB er bestilt med inndeling i varegrupper etter NACE-koder. Data er bestilt på henholdsvis kommune og postsonenivå. SSB leverer kun omsetningsstatistikk for

<sup>1</sup> Omsetningstall for 2012 er foreløpige. SSB leverer kun omsetningsstatistikk for soner med minst tre ulike aktører for en gitt varegruppe.

<sup>2</sup> Tall i faste priser beregnes ved deflatering (verdital i løpende priser divideres med prisindekser) på et detaljert produktnivå. Med volumendring menes endringen av fastpristallet fra ett år til et annet (SSB, 2013).



soner med minst tre ulike aktører for en gitt varegruppe, hvilket betyr at det kan være handelssoner (postsoner eller grupper av postsoner) i enkelte kommuner med for få aktører til at det kan leveres data. I slike situasjoner man eventuelt estimere en omsetning, basert på samlet omsetning i kommunen.

Varegrupper (NACE-koder SN2007):

**0) Detaljvarehandel**

- Summen av 47 *ekskl. 47.3 (drivstoff), 47.642 (fritidsbåter), 47.8 (torg), 47.9 (postordre)*
- + 45.320<sup>3</sup> + 45.402<sup>4</sup>

**1) Dagligvarer**

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
- 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger (alt)

**2) Utvalgsvarer**

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.5 eksklusive "plasskrevende 1 og 2" (se under)
- 47.6 eksklusive 47.642
- 47.7 Annen butikkhandel i spesialforretninger, eks 47.761 blomster

**3) Plasskrevende 1: Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr**

- 47.523 Butikkhandel med fargevarer
- 47.531 Butikkhandel med tapet, gulvbelegg
- 47.532 Butikkhandel med tepper
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater
- 47.591 Butikkhandel med møbler
- 47.599 Innredningsartikler ikke nevnt annet sted
- 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr

**4) Plasskrevende 2: Byggevarer/Hagesenter**

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggevarer ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter

Detaljvarehandel er summen av varegruppene 1) - 4).

<sup>3</sup> 45.320 er detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler.

<sup>4</sup> 45.402 er detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr.

## 4 ØSTFOLD: NEDRE GLOMMA-REGIONEN

Nedre Glomma-regionen består av de tre kommunene Fredrikstad, Sarpsborg og Hvaler. Asplan Viak (2013a) er i gang med en handelsanalyse for regionen.

I denne analysen ser vi på utviklingen i de to største kommunene i regionen. Utviklingen i Sarpsborg sentrum sammenlignes med eksterne kjøpesentrene på Tunejordet og Alvim, og med resten av Sarpsborg kommune, og utviklingen i Fredrikstad sentrum sammenlignes med kjøpesentrene i Dikeveien på Rolvsøy, og med resten av Fredrikstad kommune.

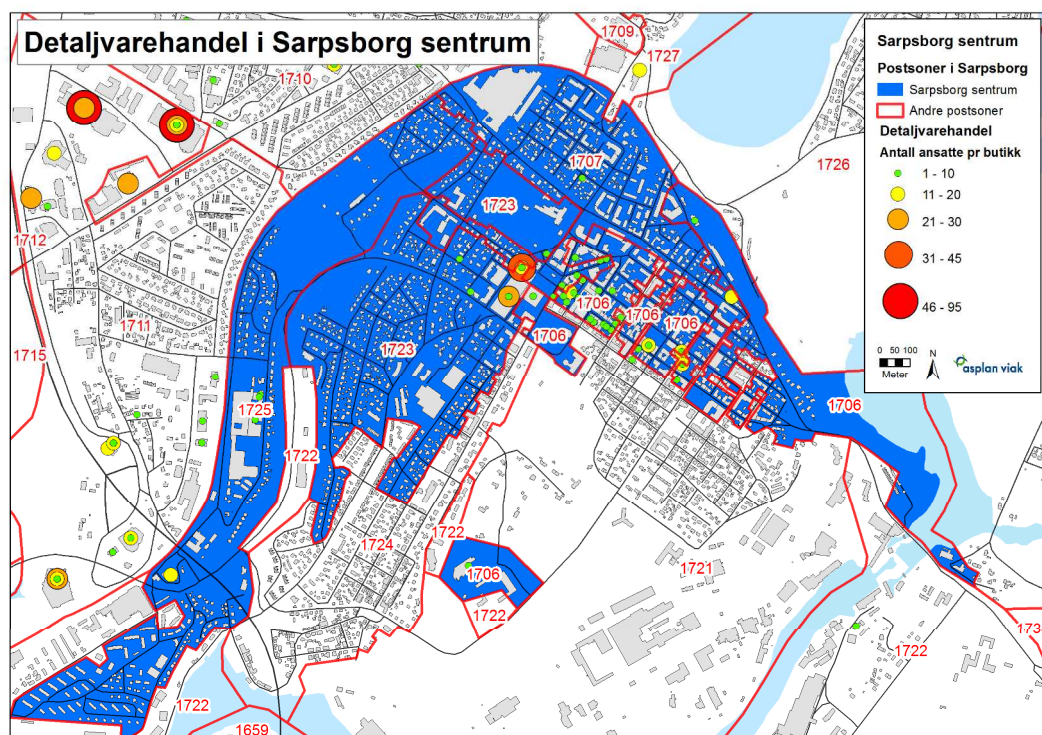
### 4.1 Senterstruktur Nedre Glomma-regionen

Bysentrene er Sarpsborg og Fredrikstad sentrum. Følgende sentra er definert som avlastningsområder for handel i regionen: Dikeveien (Rolvsøy i Fredrikstad kommune), Tunejordet og Alvim øst (Sarpsborg kommune), og følgende som områdesentre: Gamlebyen, Gressvik, Sellebakk, Greåker, Grålum og Borgen.

### 4.2 Beregningsgrunnlag Nedre Glomma-regionen

For kommunen Sarpsborg og Fredrikstad har vi brukt beregningsgrunnlag basert på følgende postsoneinndeling:

#### Sarpsborg

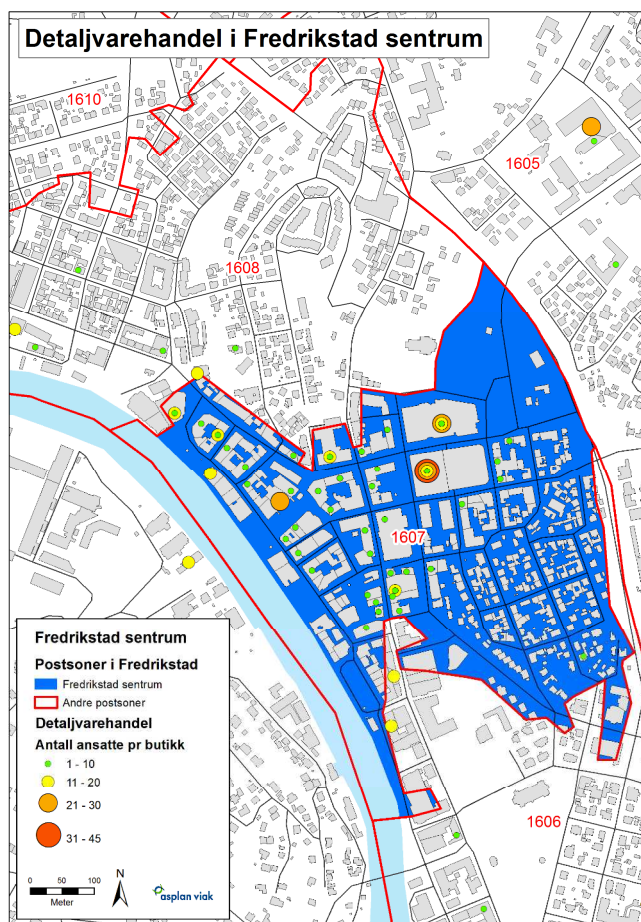


Figur 1. Detaljvarehandel og postsoneinndeling i Sarpsborg sentrum. Kilde: Asplan Viak 2013a.

Kartet (Figur 1) viser detaljvarehandel i Sarpsborg sentrum, samt inndeling i postsoner som er brukt i analysen. Sarpsborg sentrum er definert som fire postsoner som er merket med blått på kartet.

1. Sentrum (1706, 1707, 1723, 1725)
2. Tunejordet/Alvim (1711)
3. Borgenhaugen (1738, 1739)
4. Grålum (1712)
5. Greåker (1782)

### Fredrikstad:



Figur 2. Detaljvarehandel og postsonerinndeling i Fredrikstad kommune. Kilde: Asplan Viak 2013a.

På kartet er Fredrikstad sentrum merket med blått (Figur 2). Sentrum er definert som kun postsoner 1607.

1. Sentrum (1607)
2. Rolvsøy (1661)
3. Ørebekk (1624)
4. Gressvik (1621)
5. Gamlebyen (1632)

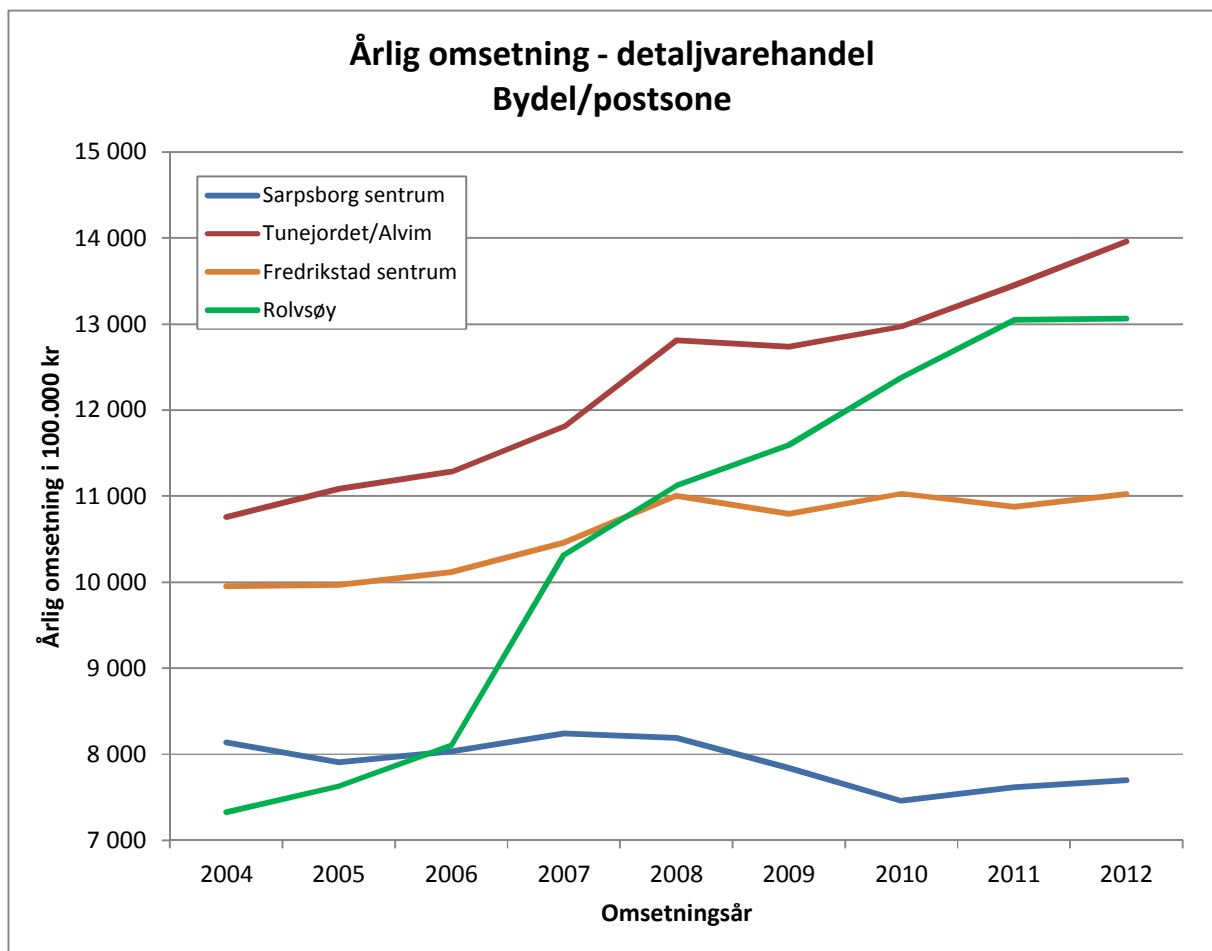
### 4.3 Analyser Nedre Glomma-regionen

Ved å analysere omsetningsstatistikk på postsonenivå er det sett på hvordan handelen fordeler seg mellom ulike soner i Sarpsborg og Fredrikstad. SSB leverer kun omsetningsstatistikk for soner med minst tre ulike aktører for en gitt varegruppe, hvilket medfører at det kun er tilgjengelig statistikk for alle varegrupper for hhv *sentrum* og *Tunejordet/Alvim* i Sarpsborg og *sentrum* og *Rolvsøy* i Fredrikstad.

#### 4.3.1 Detaljvarehandel i Sarpsborg kommune og Fredrikstad kommune

De største handelsområdene i Sarpsborg og Fredrikstad er Tunejordet og Alvim, og Rolvsøy, se Figur 3. De eksterne handelsområdene har vokst mye, spesielt Rolvsøy. Frem til 2008 hadde Fredrikstad sentrum større omsetning enn Rolvsøy, men fra 2008 har dette endret seg. Omsetningen på Tunejordet og Alvim var 80 prosent høyere enn i Sarpsborg sentrum i 2012.

Tunejordet og Alvim i Sarpsborg kommune har hatt en sterk vekst i omsetningen. Omsetningsutviklingen i Sarpsborg sentrum har hatt en nedadgående trend. Rolvsøy i Fredrikstad kommune har hatt en sterk vekst, mens omsetningen i Fredrikstad sentrum har stoppet opp.

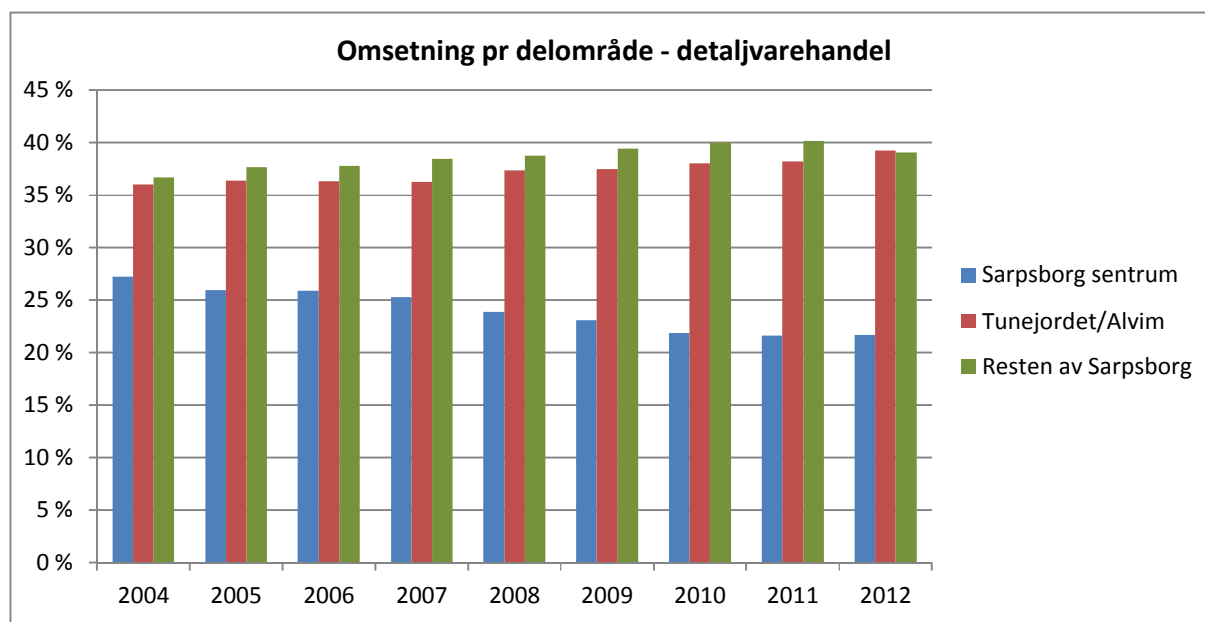


Figur 3. Utvikling i årlig omsetning for detaljvarehandel i Sarpsborg og Fredrikstad (100 000 kr). Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

### 4.3.2 Utvikling i detaljvarehandel i Sarpsborg kommune

Sarpsborg sentrum har gradvis tapt markedsandeler til fordel for Tunejordet/Alvim og resten av kommunen, se Figur 4. I 2012 hadde Sarpsborg sentrum en markedsandel på 22 prosent, og Tunejordet/Alvim 39 prosent. Sarpsborg sentrum har hatt en nedgang i markedsandelen på nesten 6 prosentpoeng fra 2004 til 2012, mens Tunejordet/Alvim har hatt en økning på 3 prosentpoeng.

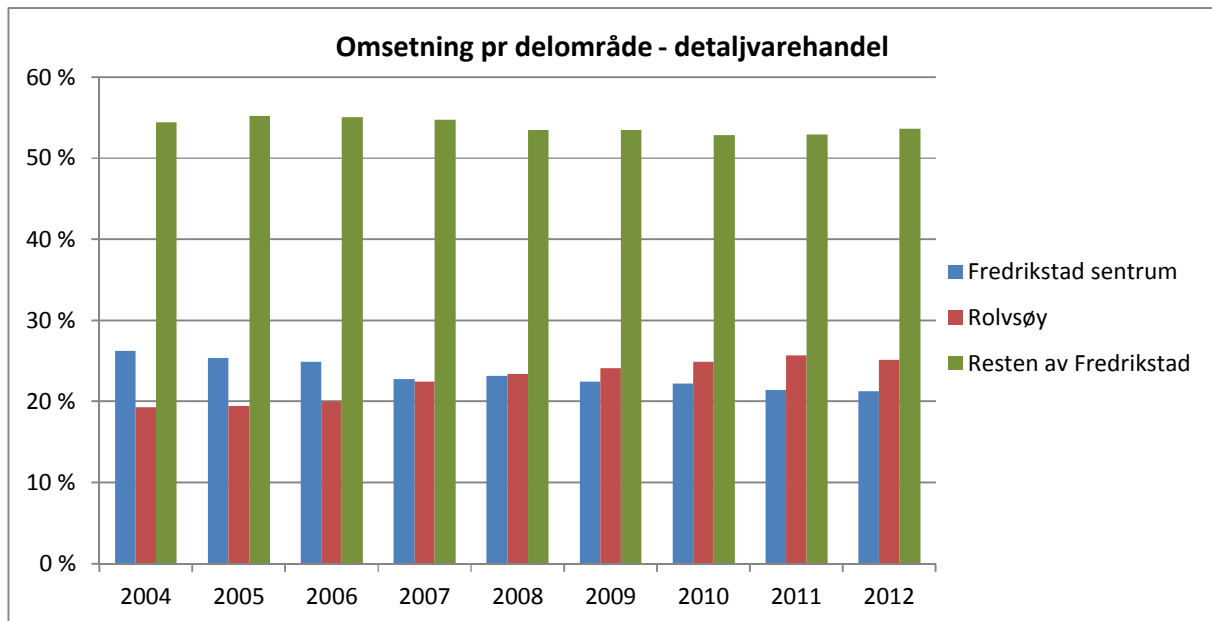
Nedgangen for Sarpsborg sentrum kan både forklares med økt markedsandel for Tunejordet/Alvim og for handelstilbud i resten av kommunen.



Figur 4. Delområdenes andel av samlet omsetning i Sarpsborg, detaljvarehandel

### 4.3.3 Utvikling i detaljvarehandel i Fredrikstad kommune

Omsetningen i Dikeveien på Rolvsøy passerte Fredrikstad sentrum i 2007, og har fortsatt å vokse, samtidig med at omsetningen i sentrum har stått mer eller mindre i ro. Dette har ført til at sentrum gradvis har tapt sin markedsandel, først og fremst til fordel for Rolvsøy, se Figur 5



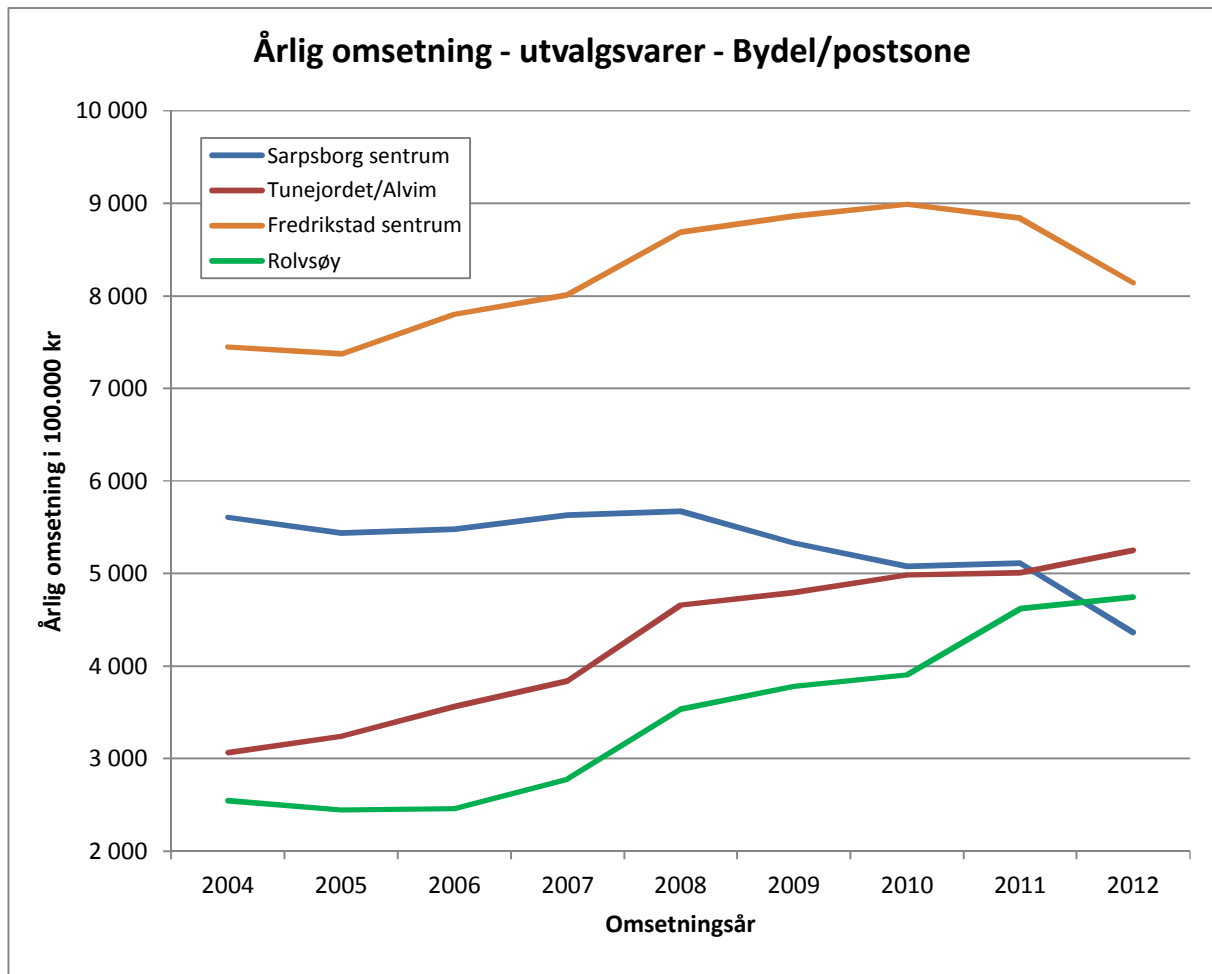
Figur 5. Delområdenes andel av samlet omsetning i Fredrikstad, detaljvarehandel

#### 4.3.4 Utvalgsvarehandel i Sarpsborg kommune og Fredrikstad kommune

Fredrikstad sentrum har gjennom hele perioden hatt den største omsetningen for utvalgsvarer, etterfulgt av Sarpsborg sentrum, se Figur 6. Med unntak for Sarpsborg sentrum har alle handelssonene hatt en gradvis økning i omsetning fra 2004-2012.

Omsetningen i Sarpsborg sentrum har gradvis gått nedover siden 2008, og fra og med 2010 har det vært omtrent samme omsetning i sentrum og på Tunejordet/Alvim. Omsetningssvikt i Sarpsborg sentrum har ført til en markant nedgang i markedsandel til fordel for Tunejordet/Alvim. Fra og med 2010 har sentrum og Tunejordet/Alvim omtrent samme markedsandel. Resten av kommunen har hatt omtrent samme markedsandel i hele perioden.

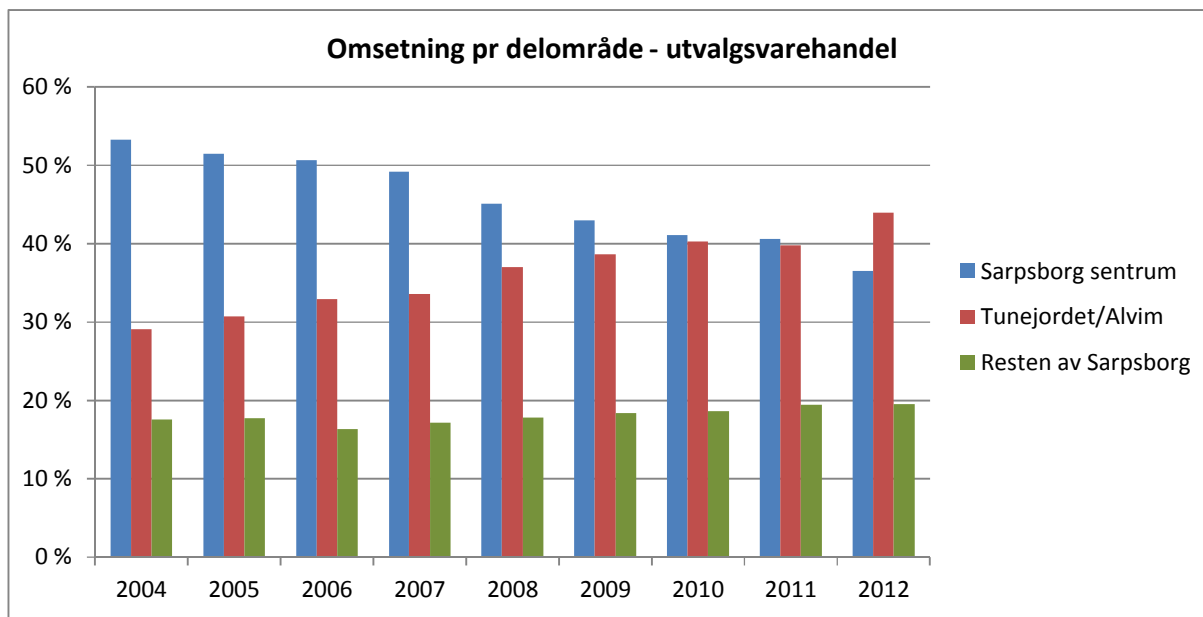
I Fredrikstad har sentrum gradvis tapt markedsandeler til fordel for Rolvsøy, men ikke i så stort omfang som Sarpsborg. Resten av kommunen har hatt omtrent samme markedsandel i hele perioden.



Figur 6. Utvikling i årlig omsetning for utvalgsvarehandel for større handelskonsentrasjoner i Sarpsborg og Fredrikstad

#### 4.3.5 Utviklingen i utvalgsvarer i Sarpsborg kommune

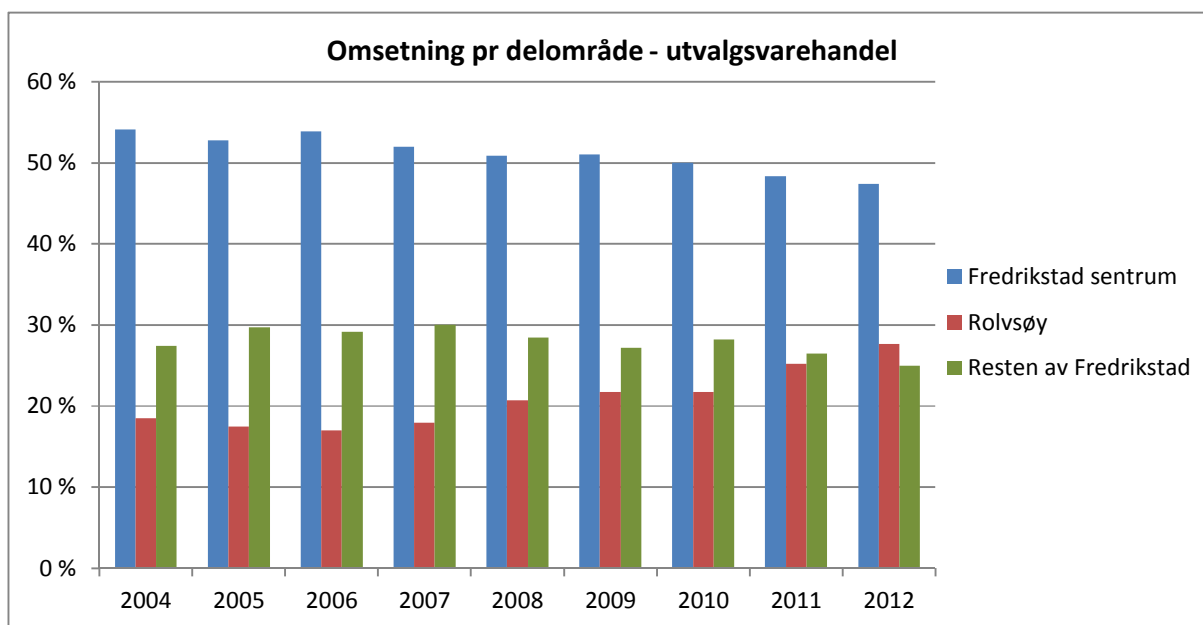
Utviklingen for omsetning av utvalgsvarer følger det samme mønsteret med reduserte markedsandeler for Sarpsborg sentrum og økte markedsandeler for Tunejordet og Alvim.



Figur 7. Delområdenes andel av samlet omsetning i Sarpborg, utvalgsvarehandel

#### 4.3.6 Utviklingen i utvalgsvarer i Fredrikstad kommune

Fredrikstad sentrum har hatt en nedgang i markedsandelen med 7 prosentpoeng i perioden, mens handelstilbudet i Dikeveien på Rolvsøy har økt sin andel av omsetningen. Handelstilbudet i resten av kommunen har også fått redusert markedsandel.



Figur 8. Delområdenes andel av samlet omsetning i Fredrikstad, utvalgsvarehandel



#### 4.4 Oppsummering Nedre Glomma-regionen

Eksterne kjøpesentre tar markedsandeler fra bysentraene i Sarpsborg og Fredrikstad, se Tabell 1. For detaljvarer der det Tunejordet/Alvim som har den høyeste omsetningen, og Dikeveien på Rolvsøy den neste høyeste. Det har vært sterk vekst spesielt for handelstilbudet på Rolvsøy, men også for Tunejordet/Alvim. Fredrikstad sentrum har opplevd stagnasjon og det har vært en nedgang for Sarpsborg sentrum.

For utvalgsvarer har Fredrikstad sentrum den høyeste omsetningen, og Sarpsborg sentrum hadde nest høyest frem til 2011. Samtidig har det vært en sterk vekst de siste årene for Tunejordet/Alvim og Dikeveien.

Tabell 1. Delområdenes andel av samlet omsetning i Sarpsborg og Fredrikstad, detaljvarehandel og utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Sarpsborg sentrum	27 %	22 %	-5 %	53 %	37 %	-16 %
Tunejordet/Alvim	36 %	39 %	3 %	29 %	44 %	15 %
Resten av Sarpsborg	37 %	39 %	2 %	18 %	20 %	2 %
Fredrikstad sentrum	26 %	21 %	-5 %	54 %	47 %	-7 %
Rolvsøy	19 %	25 %	6 %	18 %	28 %	9 %
Resten av Fredrikstad	54 %	54 %	0 %	27 %	25 %	-2 %

## 5 BUSKERUD: DRAMMEN, NEDRE EIKER OG LIER

Asplan Viak har gjort flere handelsanalyser i Buskerud, blant annet knyttet til samarbeidet Buskerudbyen. Buskerudbyen består av de fem kommunene Drammen, Lier, Kongsberg, Nedre Eiker og Øvre Eiker. I et oppdrag er det gjort en generell handelsanalyse for alle kommunene i samarbeidet, og i et annet oppdrag er det sett på konsekvensen av en eventuell kjøpesenterutvidelse i Nedre Eiker (Buskerud Storsenter, Krokstadelva) og dens betydning for øvrig handelstilbud (Asplan Viak 2012b). Handelstilbud i nabokommunene kan også tenkes å påvirke utviklingen i Drammen sentrum. I denne analysen ser vi også på de største handelstilbudene i kommunene Drammen, Nedre Eiker og Lier.

### 5.1 Senterstruktur i Buskerud

Det er fire nivåer i senterstrukturen i Buskerud; fylkessenter/regionsenter, distriktssenter, lokalsenter og nærsenter. Drammen og Kongsberg er definert som fylkessenter/regionsenter. Lierbyen er definert som lokalsenter (Buskerud Fylkeskommune, 2003). Krokstadelva og Liertoppen er ikke definert i gjeldende fylkesdelplan.

### 5.2 Beregningsgrunnlag Drammen, Nedre Eiker og Lier

I analysen ser vi på utviklingen i Drammen sentrum sammen med utviklingen for eksterne kjøpesentre i Drammen kommune, Nedre Eiker kommune og Lier kommune. Dataene ble bestilt etter følgende spesifisering:

Handelsområder i **Drammen**, delt inn i 5 soner (postnumrene i parentes):

- 1) Sentrum (3015, 3016, 3017, 3018, 3019)
- 2) Strømsø (3044, 3045)
- 3) Gulskogen (3048)
- 4) CC-området (3011, 3012)
- 5) Åssiden (3024, 3025, 3027, 3028)

Handelsområder i **Lier**, delt inn i 2 soner (postnumrene i parentes):

- 1) Lierskogen/Liertoppen (3420)
- 2) Lierbyen (3400)

Handelsområder i **Nedre Eiker**, delt inn i 2 soner (postnumrene i parentes):

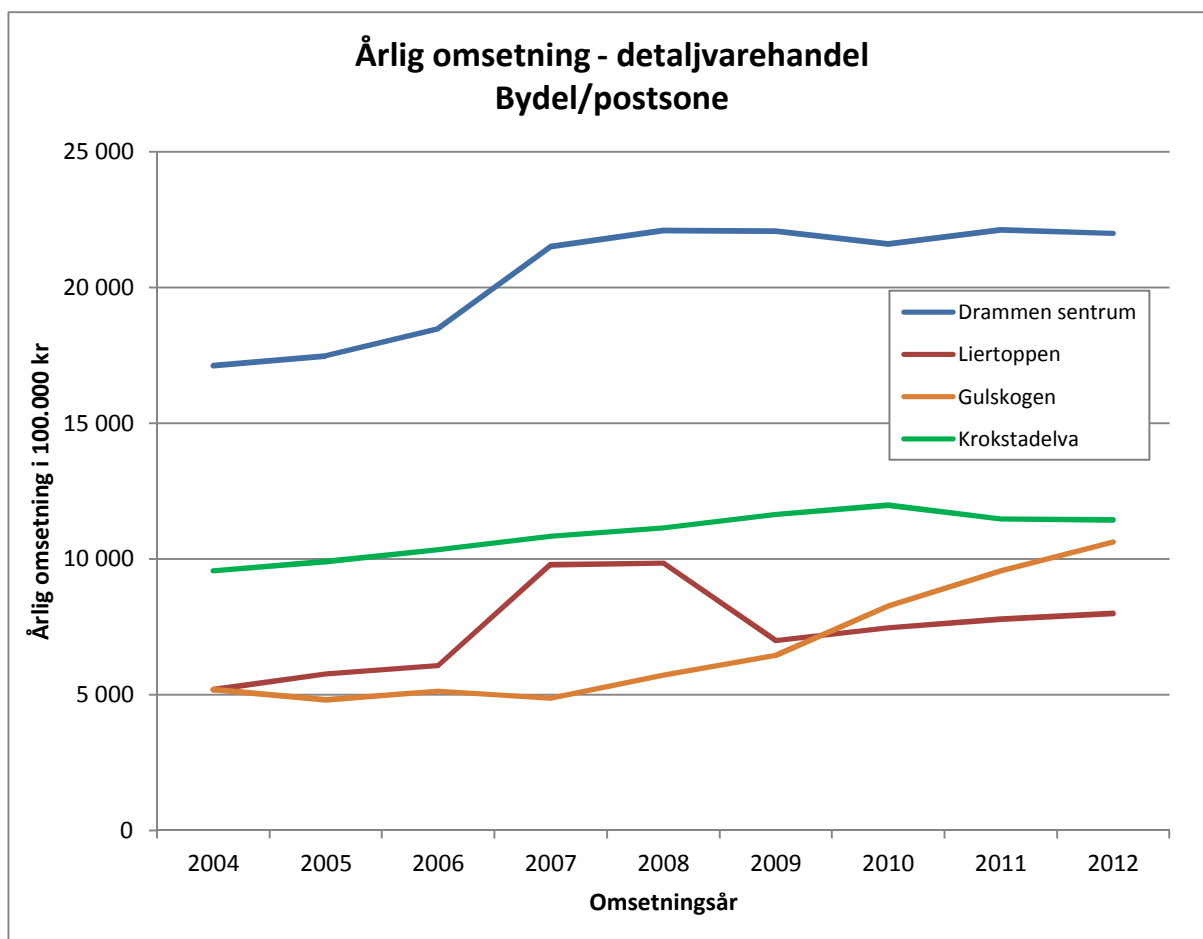
- 1) Krokstadelva (3055)
- 2) Mjøndalen (3050)

I analysen er Bragernes og Strømsø slått sammen til Drammen sentrum, som betyr at sentrum består av sju postsoner. De eksterne kjøpesentrene er Krokstadelva i Nedre Eiker, Liertoppen i Liertoppen, samt Gulskogen og CC-området i Drammen. I tillegg ser vi nærmere på utviklingen kun i Drammen kommune.

## 5.3 Analyser Drammen, Nedre Eiker og Lier

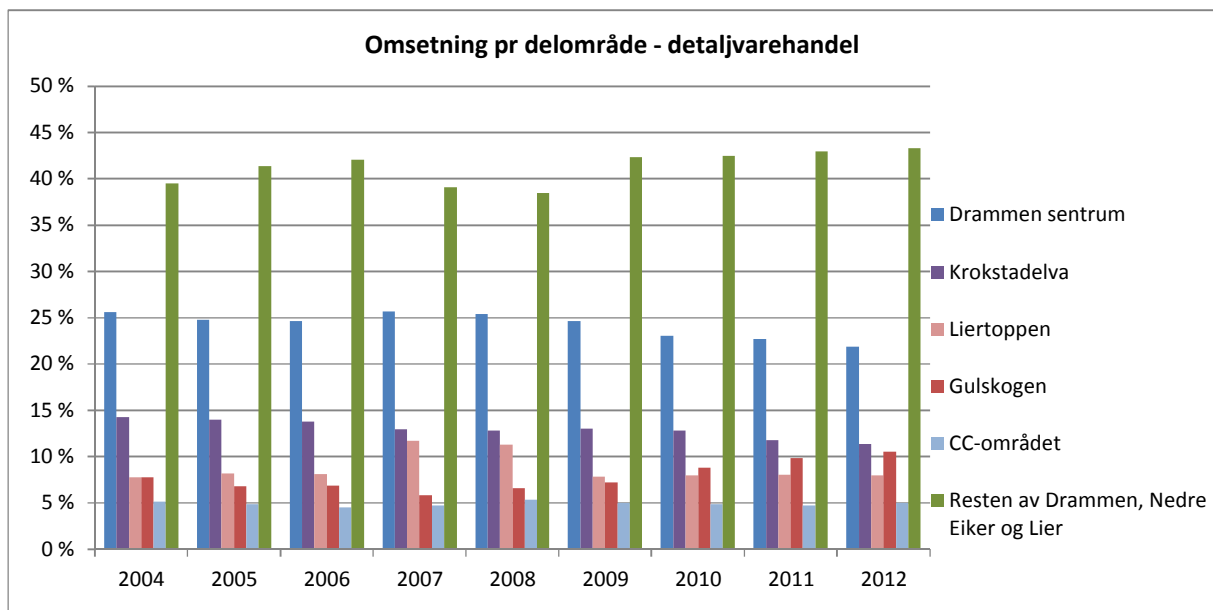
### 5.3.1 Utvikling i detaljvarehandel i Drammen, Nedre Eiker og Lier

Drammen sentrum har hatt den høyeste omsetningen av detaljvarer i hele perioden, se Figur 9. Det har vært vekst i omsetningen spesielt frem til 2008 hvor det flatet ut, med en nedgang året etter, så var det en liten oppgang og nedgang igjen i 2012. For Krokstadelva var det en nedgang i 2010 og utflating etter det. Gulskogen har hatt ganske sterk vekst i omsetningen fra 2007 og frem til i dag.



Figur 9. Utvikling i årlig omsetning for detaljvarehandel

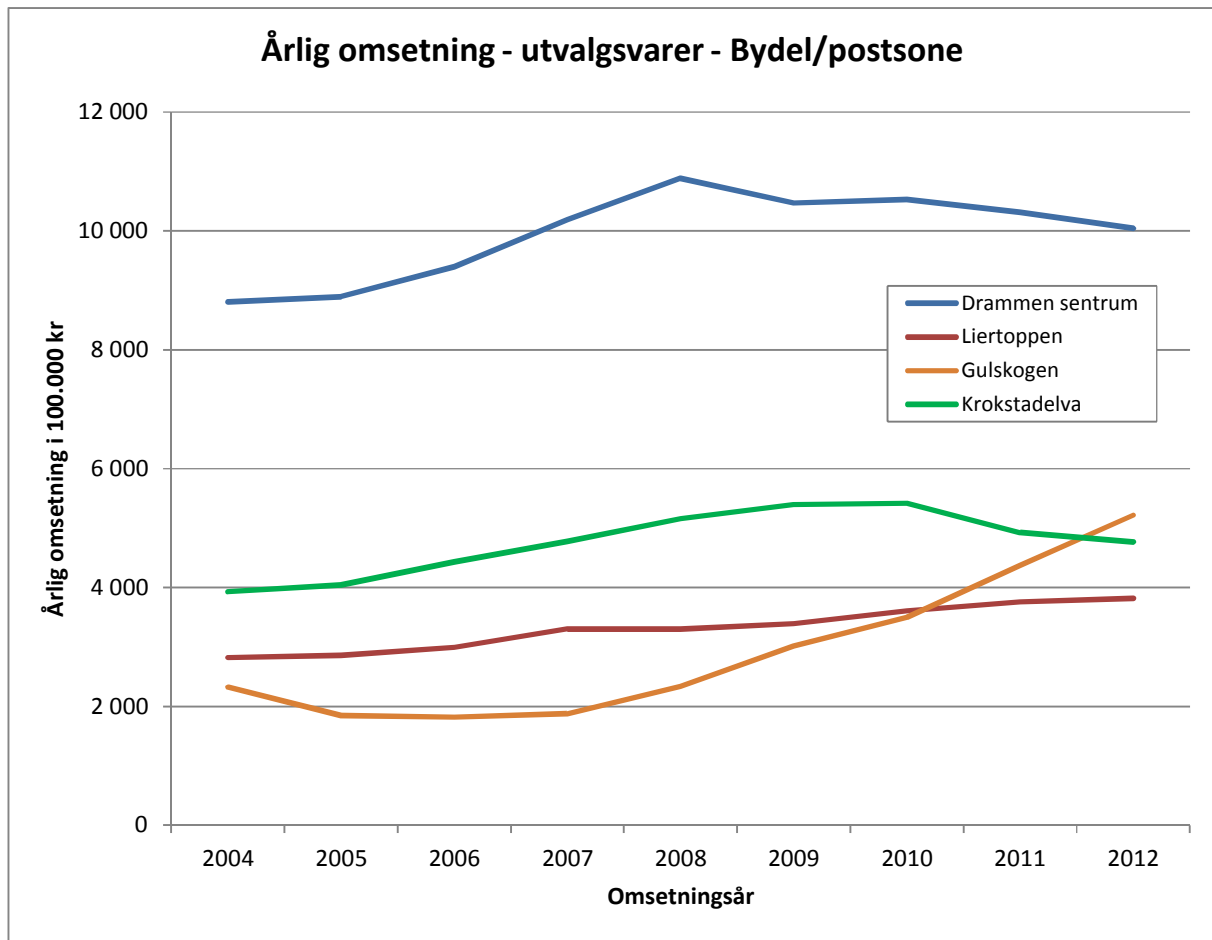
Drammen sentrum har gradvis redusert sin markedsandel innenfor detaljvarehandel. Gulskogen har økt sin andel. CC-området har ligget stabilt på 5 prosent. Liertoppen og Krokstadelva har redusert sine andeler av omsetningen de siste årene av analyseperioden. Se Figur 9.



Figur 10. Delområdenes andel av samlet omsetning i Drammen, detaljvarehandel

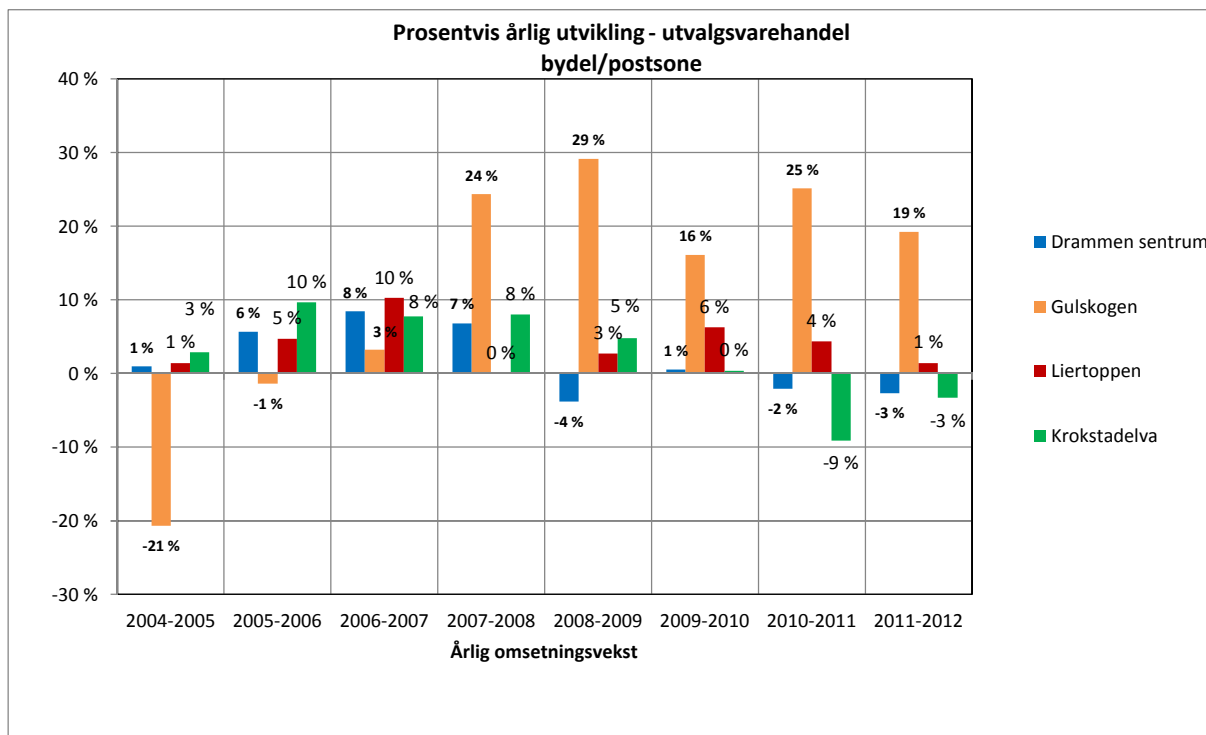
### 5.3.2 Utviklingen i utvalgsvarer for Drammen, Nedre Eiker og Lier

Drammen sentrum har også den høyeste omsetningen for utvalgsvarer, men har hatt en gradvis omsetningsnedgang siden 2008, se Figur 11. Samtidig har Gulskogen hatt en sterk omsetningsvekst, spesielt fra 2007. Dette sammenfaller med utviklingen for detaljvarehandel.



Figur 11. Utvikling i årlig omsetning for utvalgsvarehandel

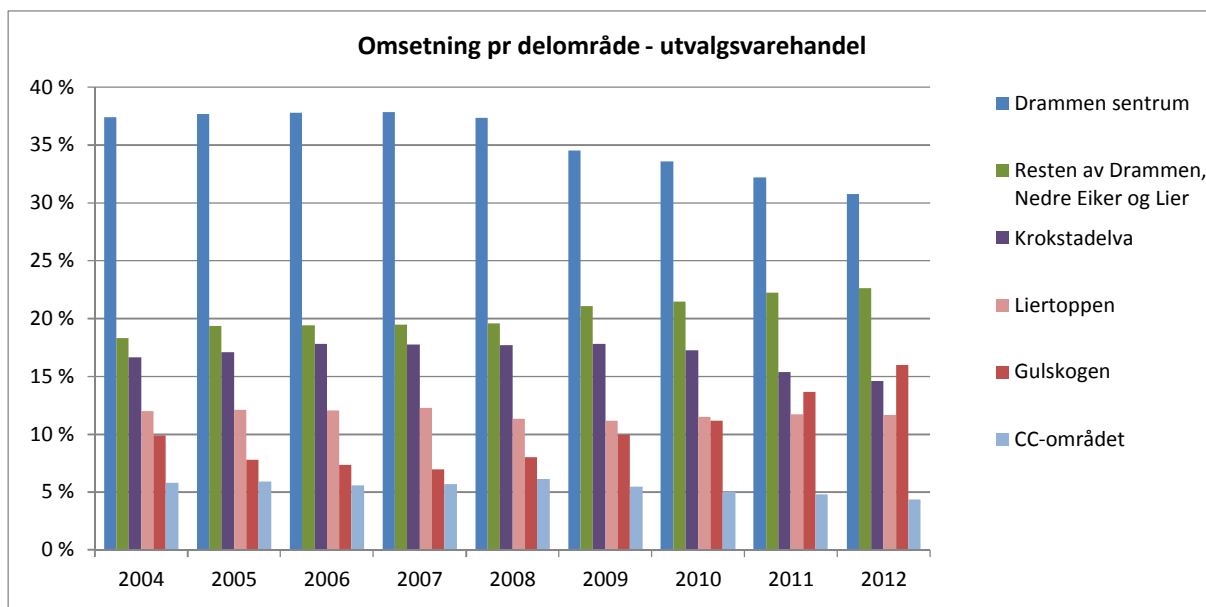
Omsetningsendring for utvalgsvarehandel viser at Gulskogen har hatt en sterk vekst, noe som har ført til at Drammen sentrum taper markedsandeler, se Figur 12.



Figur 12. Endring i omsetning, utvalgs varehandel.

Drammen sentrum har tapt markedsandeler i perioden. I Figur 13 ser vi at Drammen sentrum hadde en markedsandel på 37 prosent innenfor utvalgsvarer i 2004, og at den i 2012 var redusert til 31 prosent.

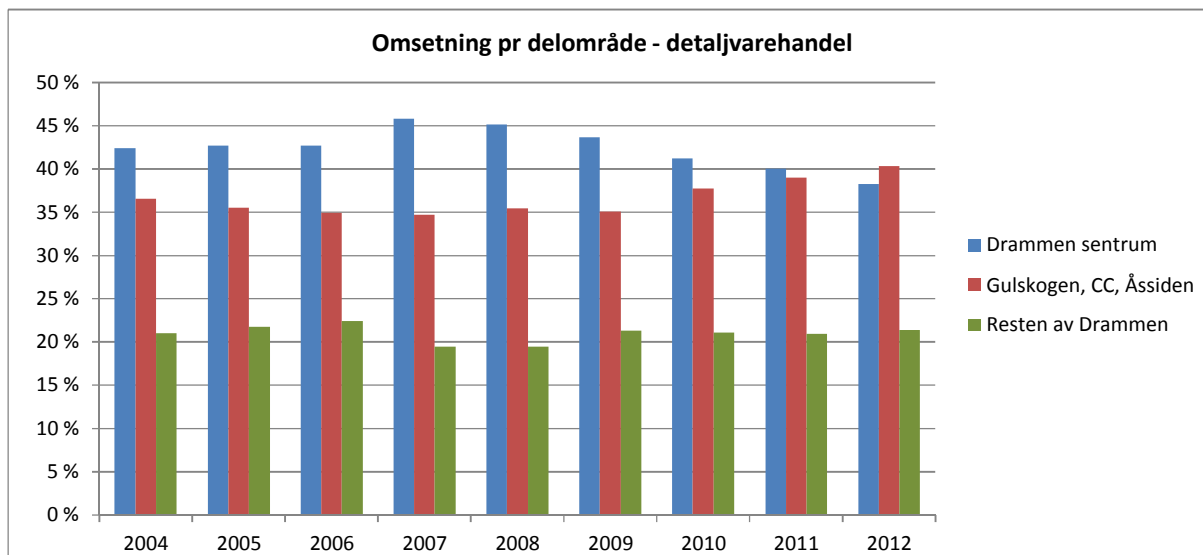
Gulskogen har økt sin markedsandel, samtidig har andre handelstilbud i resten av Drammen, Nedre Eiker og Lier økt sin markedsandel. Reduksjonen i markedsandelen til Drammen sentrum skyldes en kombinasjon av at Gulskogen og flere mindre aktører har økt sine markedsandeler.



Figur 13. Delområdenes andel av samlet omsetning i Drammen, utvalgs varehandel

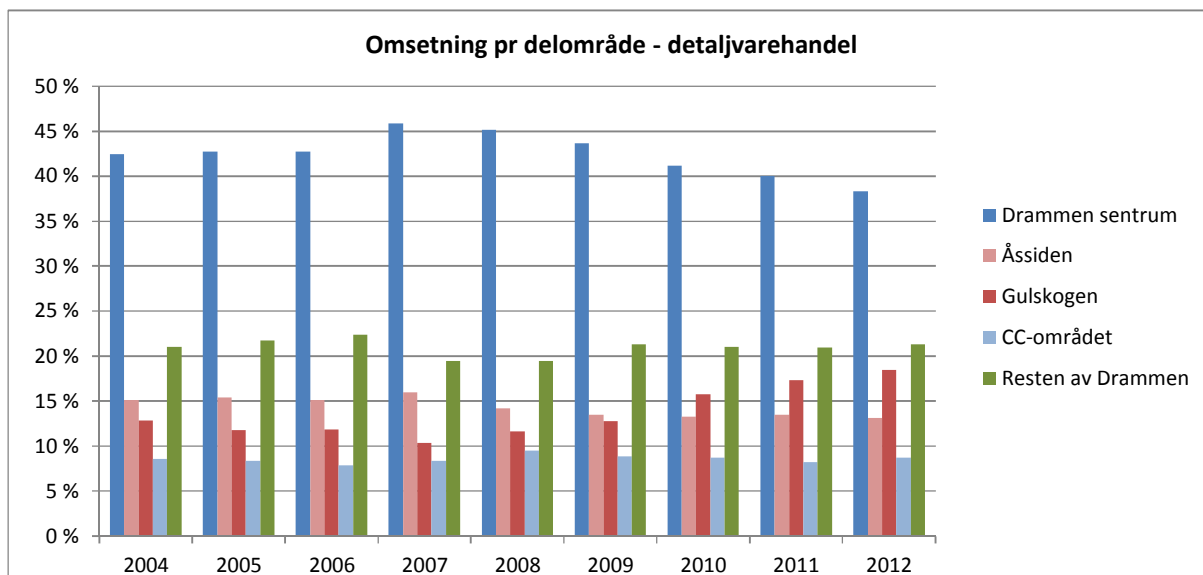
### 5.3.3 Utvikling i detaljvarehandel i Drammen kommune

Drammen sentrum hadde 42 prosent av omsetningen innenfor detaljvarehandel i 2004, mens og Gulskogen, CC-området og Åssiden til sammen hadde 37 prosent, se Figur 14. Dette størrelsesforholdet er snudd i 2012, hvor Gulskogen, CC-området og Åssiden til sammen hadde den største andelen av omsetningen i Drammen kommune. Drammen sentrum vokste frem til og med 2007, for deretter å stadig tape markedsandeler til fordel for de eksterne kjøpesentrene i kommunen.



Figur 14. Delområdenes andel av samlet omsetning i Drammen, detaljvarehandel

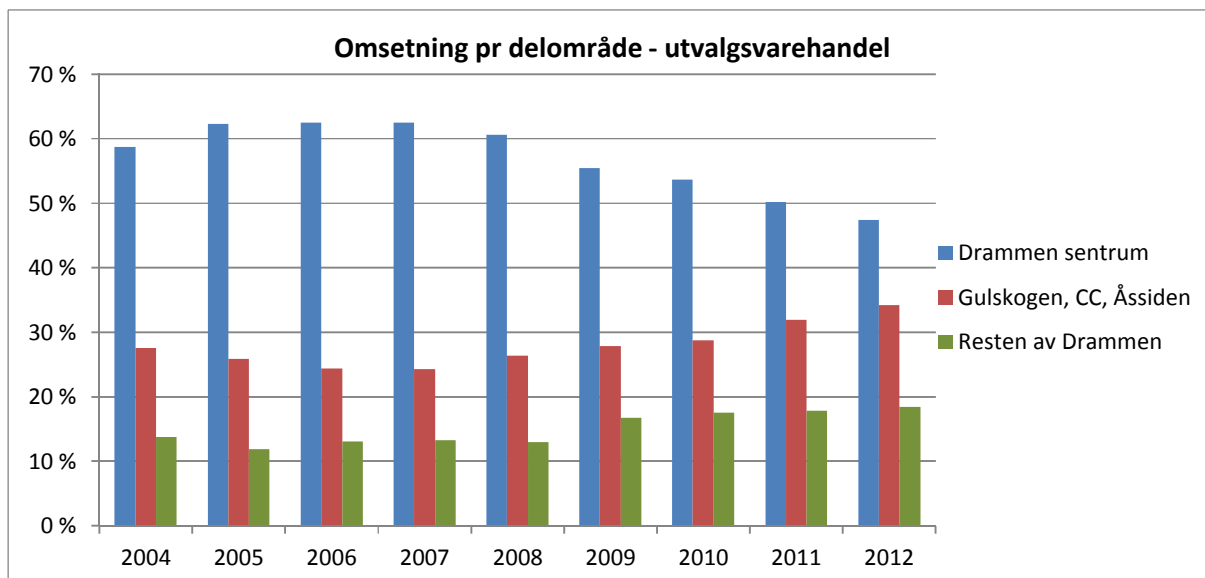
En fremstilling av utviklingen for de tre eksterne kjøpesentrene i Drammen hver for seg, viser at Gulskogen gradvis har vokst siden 2007, mens det i samme periode har vært en stadig nedgang for henholdsvis sentrum, Åssiden og CC-området, se Figur 15. Utviklingen i resten av Drammen har vært relativt stabil i denne perioden.



Figur 15. Omsetning for Drammen sentrum, og kjøpesentrene Gulskogen, CC-området og Åssiden, detaljvarehandel.

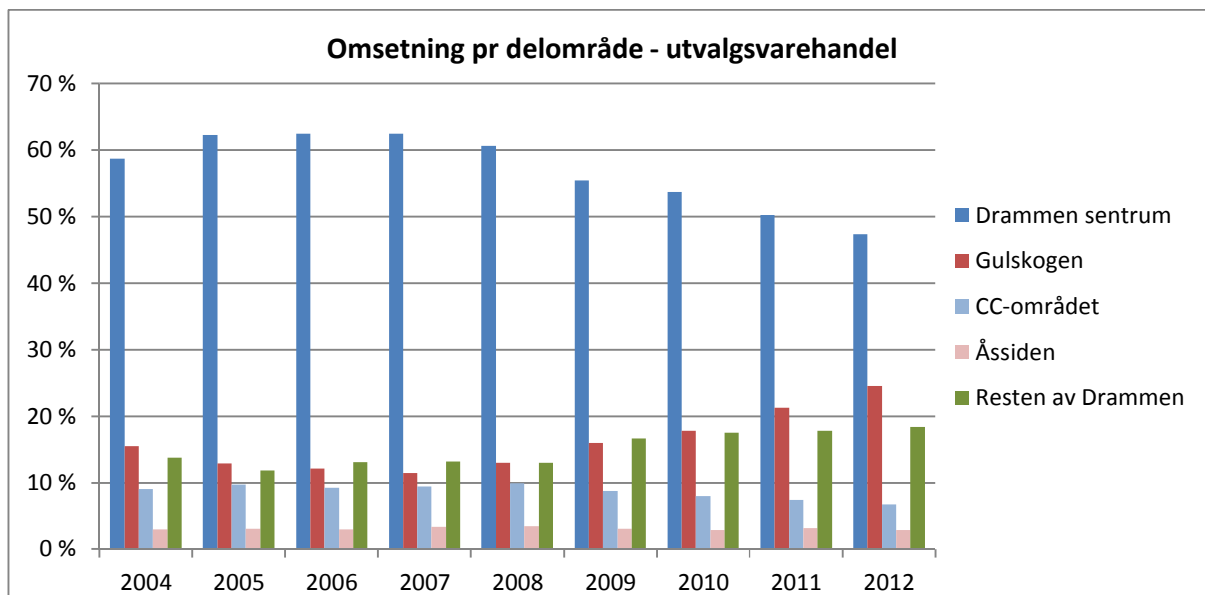
### 5.3.4 Utvikling i utvalgsvarehandel i Drammen kommune

Etter en mindre økning i mellom 2004 og 2007 har Drammen sentrum gradvis tapt markedsandeler siden 2007, se Figur 16. I 2012 lå markedsandelen til sentrum litt under 50 prosent, mens de tre eksterne kjøpesentrene Gulskogen, CC-området og Åssiden til sammen nærmer seg 35 prosent etter gradvis å ha økt sine markedsandeler fra og med 2007.



Figur 16. Delområdenes andel av samlet omsetning i Drammen, utvalgsvarehandel

Figur 17 viser utviklingen for henholdsvis Gulskogen, CC-området og Åssiden hver for seg, sett i forhold til Drammen sentrum. Det er spesielt Gulskogen som har økt sin markedsandel i Drammen kommune, men også handelstilbudene i resten av Drammen kommune har hatt en gradvis økning.



Figur 17. Omsetning for Drammen sentrum, og kjøpesentrene Gulskogen, CC-området og Åssiden, utvalgsvarehandel



## 5.4 Oppsummering Drammen, Nedre Eiker og Lier

Det har vært en utflating for omsetningen i Drammen sentrum, samtidig med at Gulskogen har hatt en sterk vekst de siste årene. Drammen sentrum har fortsatt den høyeste omsetning, mens Gulskogen og øvrig handelstilbud i kommunen har tatt markedsandeler fra sentrum, se Tabell 2.

Drammen sentrum har fortsatt også den høyeste omsetningen for utvalgsvarer, selv om det har vært en gradvis nedgang siden 2008. Gulskogen har hatt en sterk vekst innenfor omsetning av utvalgsvarer.

*Tabell 2. Delområdenes andel av samlet omsetning i Drammen, Nedre Eiker og Lier detaljvarer og utvalgsvarer.  
Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.*

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Drammen sentrum	26 %	22 %	-4 %	37 %	31 %	-6 %
Gulskogen	8 %	11 %	3 %	10 %	16 %	6 %
CC-området	5 %	5 %	0 %	6 %	4 %	-2 %
Liertoppen	8 %	8 %	0 %	12 %	12 %	0 %
Krokstadelva	14 %	11 %	-3 %	17 %	15 %	-2 %
Resten av Drammen, Nedre Eiker og Lier	39 %	43 %	4 %	18 %	23 %	5 %

## 6 TELEMARK: GRENLANDSREGIONEN

Asplan Viak (2013) har gjort en senterstruktur- og handelsanalyse for Grenlandsregionen i Telemark. I den analysen for Telemark fylkeskommune så vi nærmere på utviklingen i Porsgrunn og Skien sentrum sammenlignet med kjøpesentrene Kjørbekk og Herkules i Skien kommune, og med Stathelle/Brotorvet.

### 6.1 Senterstruktur i Grenland

De øverste nivåene i senterstrukturen i Telemark er som følger (Telemark fylkeskommune, 2004):

- Regionsenter: Skien og Porsgrunn, delt funksjon for handel, i tillegg har Herkules rolle som avlastningssenter for Skien sentrum. Gjelder også detaljvarehandel
- Kommunesenter: Langesund, har delt funksjon med Stathelle, der Stathelle skal være det handelsmessige tyngdepunktet

I analysen sees det primært på Skien og Porsgrunn sentrum. De største kjøpesentrene er Herkules i Skien, Down Town i Porsgrunn og Brotorvet i Stathelle. I tillegg er det etablert et handelstilbud på Kjørbekk, som ikke inngår i senterstrukturen i gjeldende fylkesdelplan.

### 6.2 Beregningsgrunnlag Grenland

I Grenland er det brukt følgende postsoneinndeling:

#### Skien:

- 1) Sentrum (3714, 3715, 3716, 3717, 3722, 3723, 3724, 3725, 3747)
- 2) Herkules (3710, 3730, 3732)
- 3) Kjørbekk/Tufte (3733, 3734, 3735)

#### Porsgrunn:

- 1) Sentrum (3915, 3916, 3919, 3920, 3921, 3922, 3933)
- 2) Eidanger (3917, 3918, 3944, 3946)

#### Stathelle:

- 1) Stathelle/Brotorvet (3960)
- 2) Herre (3965)

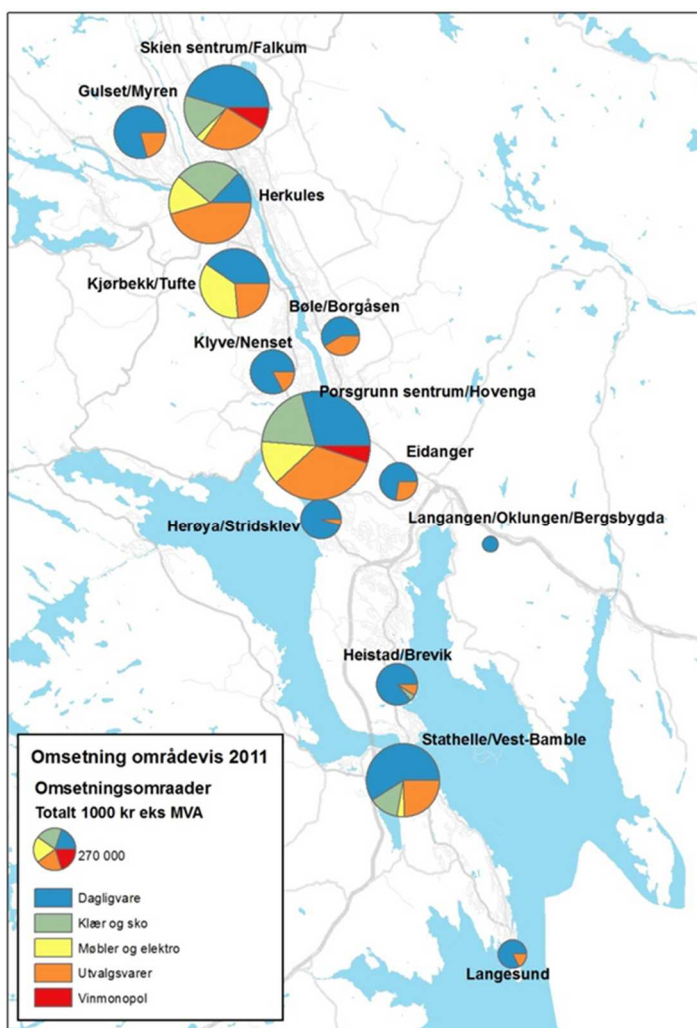
Handelstilbudet på Kjørbekk ligger mellom Skien og Porsgrunn sentrum. Herkules ligger ca 1,5 km fra Skien sentrum. Kjøpesenteret Down Town ligger i Porsgrunn sentrum, og Brotorvet ligger i Stathelle.

## 6.3 Analyser Grenland

Omsetningsveksten i Grenland har ikke vært jevnt fordelt. Herkules økte kraftig i perioden 2008-2011, og det samme gjorde Stathelle, et annet senter med særlig sterk vekst innen klær og sko. Omsetningsveksten i disse områdene har særlig gått ut over handelen i bysentrene. Bysentraene i Porsgrunn og Skien har omsetningsnedgang for alle varegrupper unntatt dagligvarer.

### 6.3.1 Utviklingen i detaljvarehandel i Grenland

Figur 18 viser omsetningen i Grenland for ulike varegrupper. Porsgrunn sentrum hadde den største omsetningen av detaljvarer i 2011.

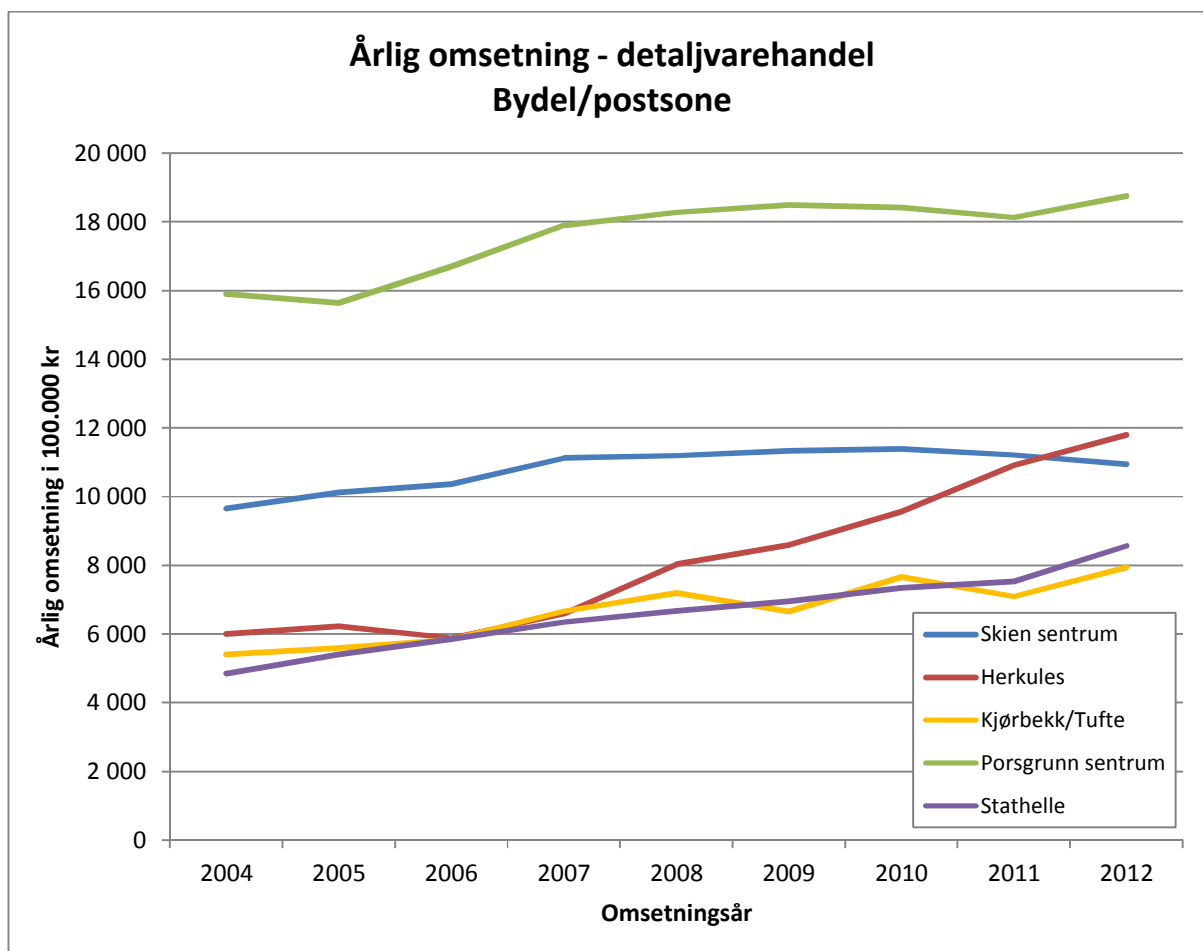


Figur 18. Omsetning i 2011 i Grenland. Kilde: Asplan Viak (2013b)

Skien sentrum har hatt en nedgang i omsetningen siden 2008, se Figur 19. I 2012 hadde Skien sentrum en markedsandel på 14 prosent i Grenland, hvilket vil si en reduksjon på 3 prosentpoeng de fem siste årene. Det samme ser vi i Porsgrunn sentrum, hvor det har vært reduksjon i markedsandel fra 28 prosent til 24 prosent i løpet av den siste femårsperioden. Porsgrunn sentrum har fortsatt den høyeste andelen av omsetningen i Grenland. Det kan skyldes at det ligger et stort kjøpesenter, Down Town, i sentrum.

I Stathelle er det motsatt, og de har gradvis økt sin markedsandel. Brotorvet kjøpesenter ligger i Stathelle. Senteret ble utvidet i 2012 med 18 000 m<sup>2</sup>, og er nå til sammen cirka 34 000 m<sup>2</sup>. Utvidelsen kan forklare økningen i markedsandelen til Stathelle.

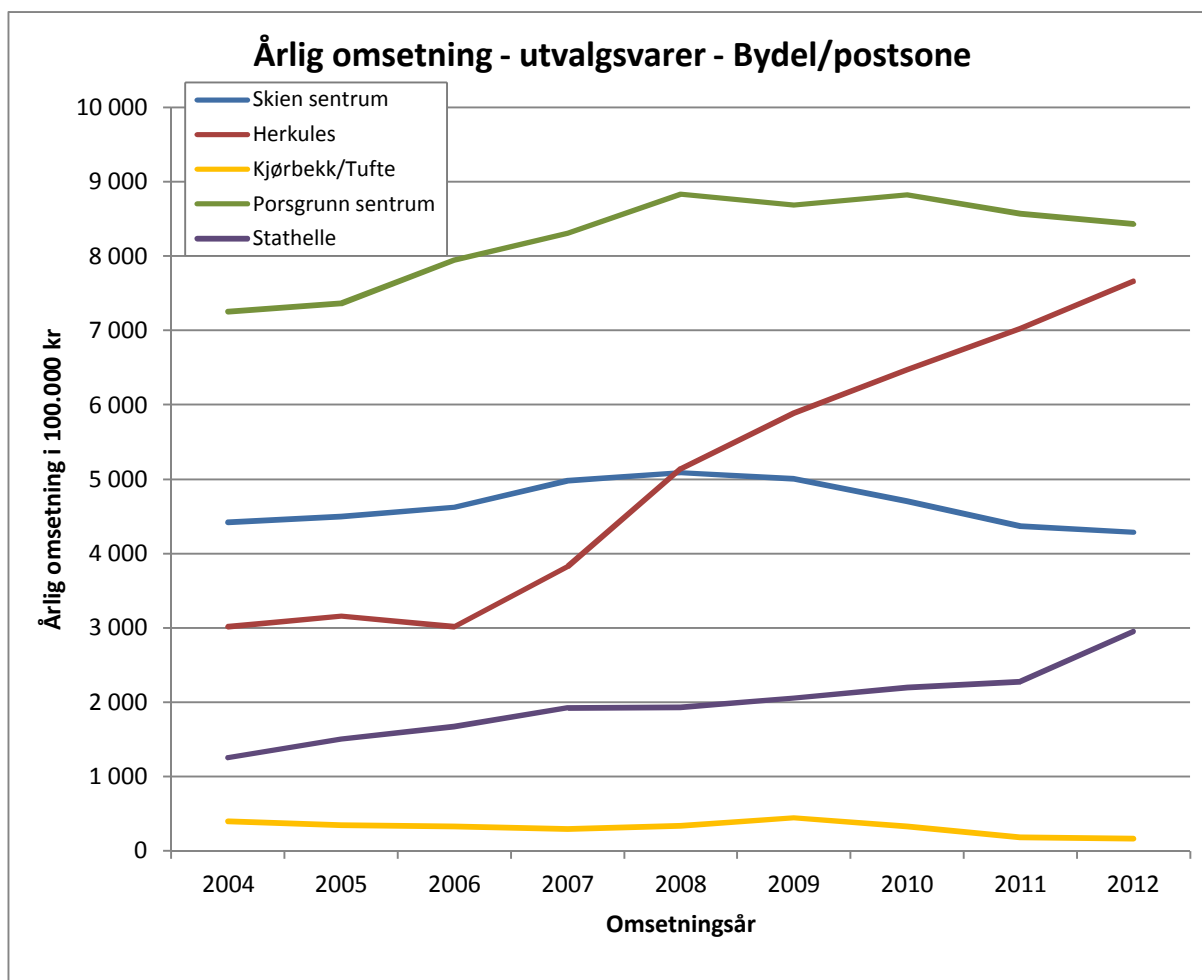
Kjørbekk er et eksternt kjøpesenter som ikke er definert i gjeldende senterstrukturplan. Deres markedsandel har ligget mellom 9 og 10 prosent i analyseperioden. Herkules som ligger i nærheten av Skien sentrum har økt sin markedsandel fra 11 prosent i 2004 til 15 prosent i 2012.



Figur 19. Utvikling i årlig omsetning for detaljvarehandel i Grenland (100 000 kr). Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

### 6.3.2 Utviklingen i utvalgsvarehandel i Grenland

Porsgrunn sentrum har den høyeste omsetningen av utvalgsvarer i regionen, men det har vært en nedadgående trend de siste fem årene, samtidig med at Herkules har økt sin omsetning. I perioden 2004 til 2012 har Herkules doblet sin markedsandel til 30 prosent. I 2012 hadde Herkules nesten like stor andel av markedet som Porsgrunn sentrum. Kjørbekk har liten andel utvalgsvarer. Skien sentrum har også tapt markedsandeler, mens Stathelle har økt sin markedsandel i perioden.



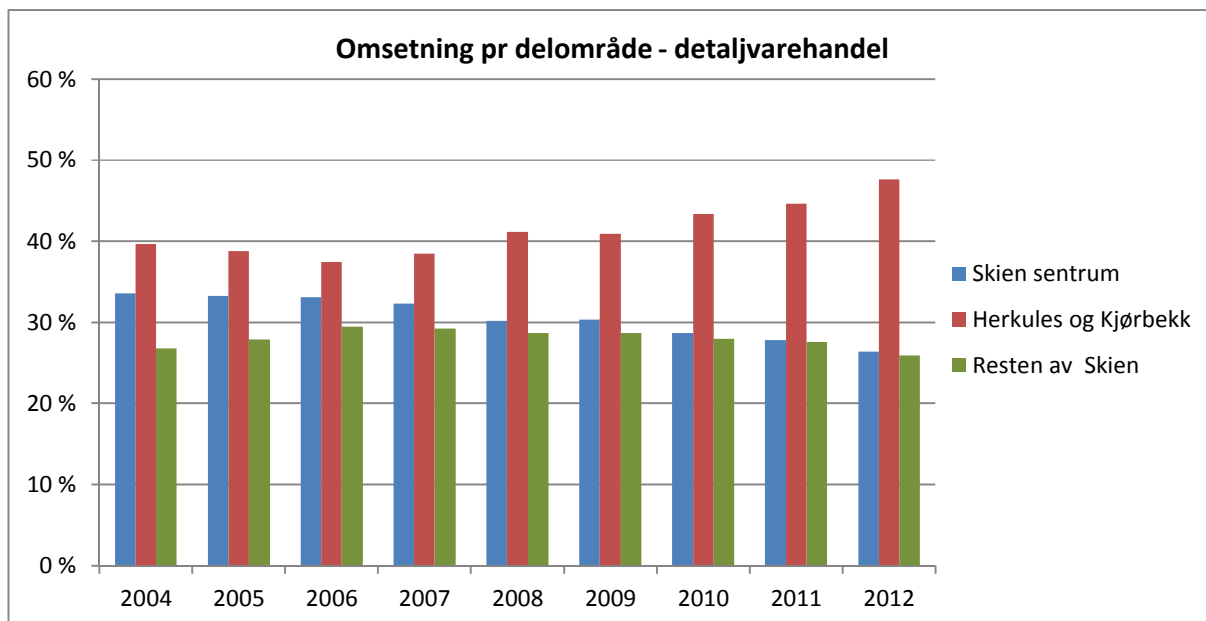
Figur 20. Utvikling i årlig omsetning for utvalgsvarehandel i Grenland (100 000 kr). Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

### 6.3.3 Utviklingen i detaljvarehandel i Skien kommune

Skien sentrum har gradvis tapt markedsandel innenfor detaljvarehandel, mens Kjørbekk og Herkules har hatt en økende andel av omsetningen fra 2006, se Tabell 3 og Figur 21.

Tabell 3. Delområdenes andel av samlet omsetning i Skien kommune, detaljvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Skien sentrum	34 %	33 %	33 %	32 %	30 %	30 %	29 %	28 %	26 %
Herkules og Kjørbekk	40 %	39 %	37 %	38 %	41 %	41 %	43 %	45 %	48 %
Resten av Skien	27 %	28 %	29 %	29 %	29 %	29 %	28 %	28 %	26 %

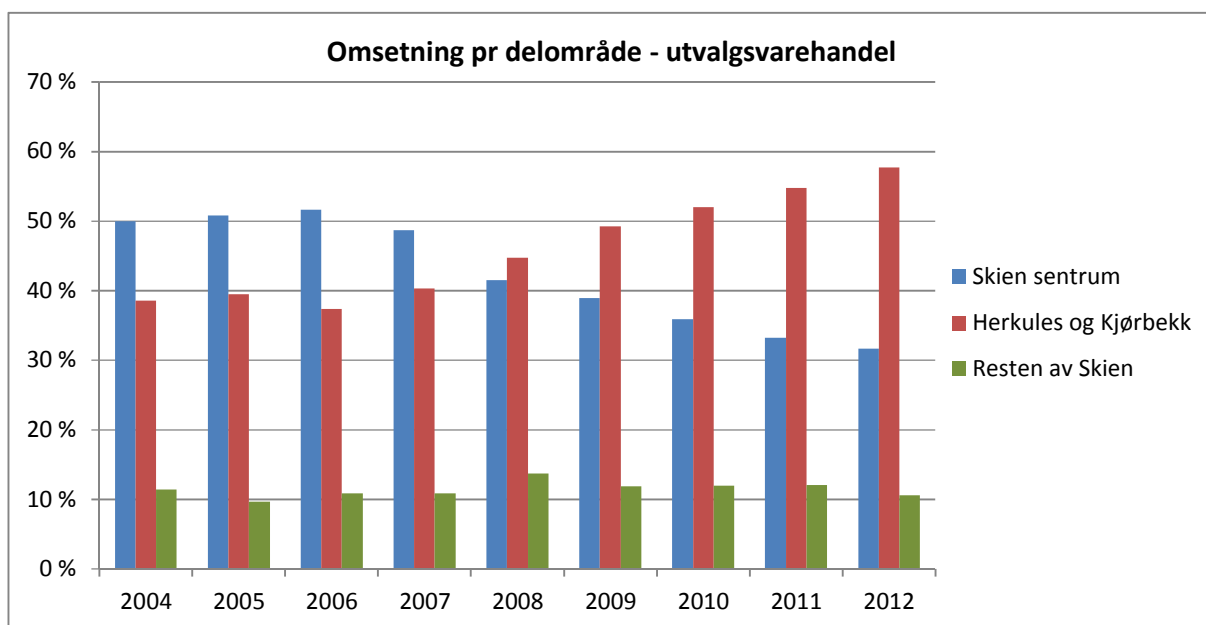


Figur 21. Delområdenes andel av samlet omsetning i Skien kommune, detaljvarehandel

For utvalgsvarehandel er trenden enda tydeligere. Skien sentrum hadde halvparten av markedet i 2004, men har blitt redusert til kun 32 prosent i 2012. I samme periode har Herkules og Kjørbekk økt sin andel fra 39 prosent til 58 prosent, se Tabell 4 og Figur 22.

Tabell 4. Delområdenes andel av samlet omsetning i Skien kommune, utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Skien sentrum	50 %	51 %	52 %	49 %	42 %	39 %	36 %	33 %	32 %
Herkules og Kjørbekk	39 %	40 %	37 %	40 %	45 %	49 %	52 %	55 %	58 %
Resten av Skien	11 %	10 %	11 %	11 %	14 %	12 %	12 %	12 %	11 %



Figur 22. Delområdenes andel av samlet omsetning i Skien kommune, utvalgsvarehandel

## 6.4 Oppsummering Grenland

Skien sentrum har opplevd en utflating av omsetningen innenfor detaljvarer, mens bildet for Porsgrunn sentrum er annerledes. Porsgrunn sentrum har den høyeste omsetningen, og det kan skyldes at kjøpesenteret Down Town ligger i sentrum. Herkules kjøpesenter har opplevd en sterk vekst, men det ligger litt utenfor Skien sentrum. Bildet hadde vært annerledes for Skien sentrum om omsetningen her ble slått sammen med omsetningen for Herkules.

For utvalgsvarer er det Porsgrunn sentrum som har den høyeste omsetningen, men det har vært en nedgang de siste årene. Samtidig har det vært en sterk vekst for Herkules. Skien sentrum har hatt en enda større nedgang enn Porsgrunn sentrum.

Stathelle er det eneste bysentrum som har hatt en vekst i markedsandelen fra 2004 til 2012, og det gjelder både for detaljvarer og utvalgsvarer (se Tabell 5).

Tabell 5. Delområdenes andel av samlet omsetning i Grenland, detaljvarehandel og utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Skien sentrum	17 %	14 %	-3 %	25 %	17 %	-8 %
Herkules	11 %	15 %	4 %	17 %	30 %	13 %
Kjørbekk/Tufte	10 %	10 %	0 %	2 %	1 %	-1 %
Porsgrunn sentrum	28 %	24 %	-4 %	40 %	33 %	-7 %
Stathelle	9 %	11 %	2 %	7 %	11 %	4 %
Resten av Grenland	25 %	26 %	1 %	9 %	9 %	0 %

## 7 AUST-AGDER: ARENDALSREGIONEN

Arendalsregionen består av Arendal sentrum, Stoa, Grimstad, Tvedestrand og Risør. Asplan Viak har i flere år utført analyser av handelsutviklingen for Sørlandet og Vestlandet for Sparbank1 (Asplan Viak 2013c).

Her ser vi på handelsutviklingen i Arendal sentrum sammenlignet med handelstilbud i Stoa, Grimstad, Tvedestrand og Risør.

### 7.1 Senterstruktur i Aust-Agder

I Aust-Agder er Arendal definert som fylkessenter (nivå 1). Lillesand, Grimstad, Tvedestrand, Risør og Evje er definert som regionsentre (nivå 2) og det tredje nivået er kommunesentre/nærsentre.

### 7.2 Beregningsgrunnlag Arendalsregionen

I Aust-Agder er det brukt beregningsgrunnlag basert på følgende postsoneinndeling:

2. Grimstad (4876, 4886)
3. Stoa (4848)
4. Arendal (4836, 4838, 4841, 4846, 4847, 4849)
5. Tvedestrand (4900)
6. Risør (4950)

Kjøpesenteret Harebakken Senter ligger i utkanten av Arendal sentrum, nær E18. Harebakken ligger i samme postsone som Arendal sentrum (4846), slik at det ikke er mulig å skille omsetningen her fra Arendal sentrum. I Stoa i Arendal kommune er det et gammelt industriområde med big boxes som ligger ved E18, og det er et tradisjonelt kjøpesenter, Stoa senteret. Stoa senteret ligger cirka 3 km utenfor Arendal sentrum. Grisen kjøpesenter ligger i Tvedestrand. Det ligger utenfor sentrum, men tilhører samme postsone som sentrum, så vi får ikke skilt ut omsetningstallene for kjøpesenteret. Det største kjøpesenteret i Grimstad ligger i sentrum, og heter Odden.

### 7.3 Analyser Arendalsregionen

Kommunene i Arendalsregionen omsatte detaljvarer for 5,9 milliarder kroner i 2012, som er en økning på 1,8 prosent fra året før. Arendal kommune hadde 58 prosent av detaljvareomsetningen i regionen. Arendal sentrum er det største handelsområdet i regionen, og Stoa det nest største. Stoa er det eneste området i regionen som har hatt nedgang i omsetningen. Risør er den minste av Arendalsregionens handelsområder.

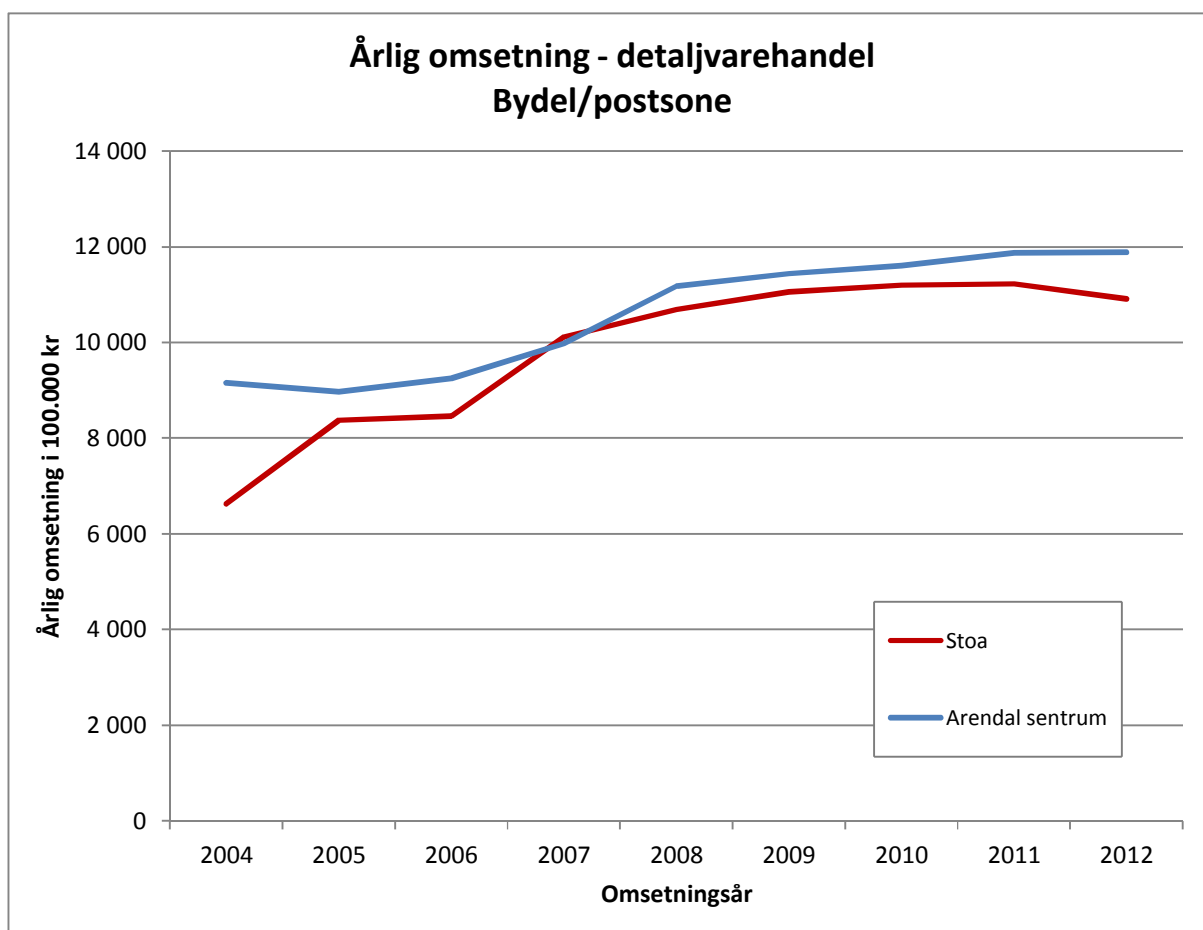


Tabell 6. Detaljvareomsetning i Arendalsregionen i 1000 kr, 2012. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB (2013)/ Asplan Viak (2013c).

Total detaljvarehandel	2012	2011	Vekst
Arendal sentrum	1 723 227	1 720 143	0,2 %
Stoa	939 706	984 124	-4,5 %
Risør	366 513	359 663	1,9 %
Grimstad	791 850	770 646	2,8 %
Tvedestrand	448 873	436 787	2,8 %

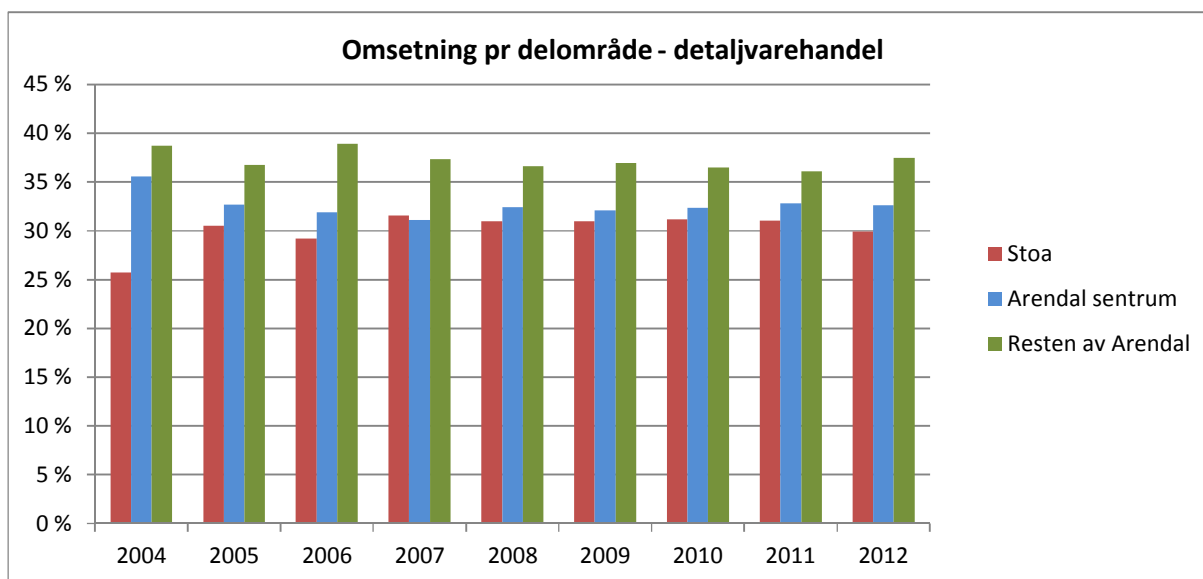
### 7.3.1 Utvikling i detaljvarehandel i Arendalsregionen

I 2004 var omsetningen innenfor detaljvarehandel drøye 900 millioner i Arendal sentrum og cirka 660 millioner på Stoa. I 2007 var omsetningen på Stoa litt større enn i sentrum, med rundt 1 milliard for hvert av områdene. Fra 2008 snudde det igjen og Arendal sentrum hadde det største omsetning (Figur 23). Omsetningen på Stoa har holdt seg nesten like stor som omsetningen i Arendal sentrum de siste fire årene. Foreløpige tall for 2012 viser en omsetningsnedgang for Stoa dette året.



Figur 23. Omsetning detaljvarehandel Arendalsregionen (100 000 kr). Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

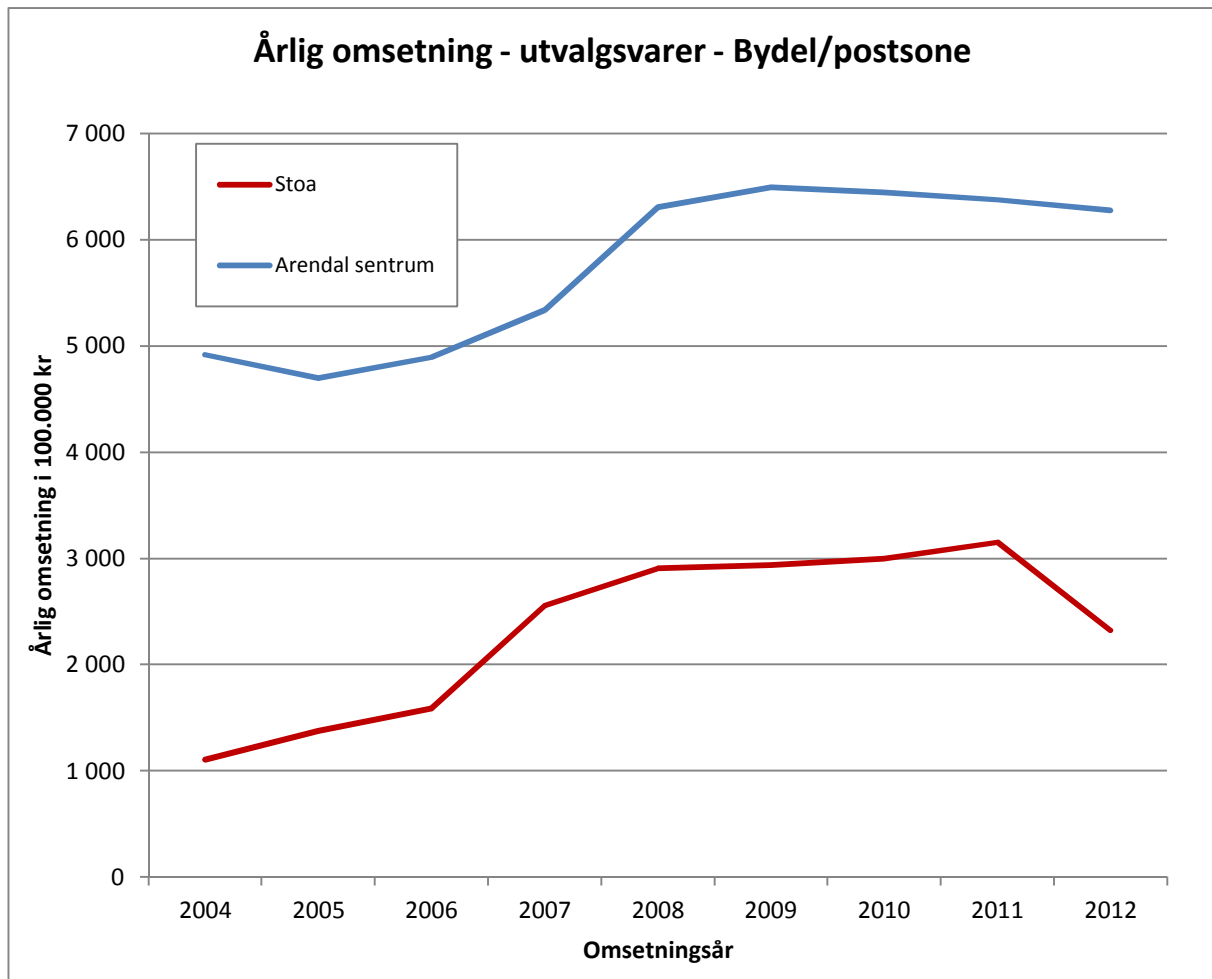
Innenfor detaljvarehandel har det vært tilnærmet tredeling av markedet mellom henholdsvis Arendal sentrum, Stoa og resten av kommunen. Se Figur 24.



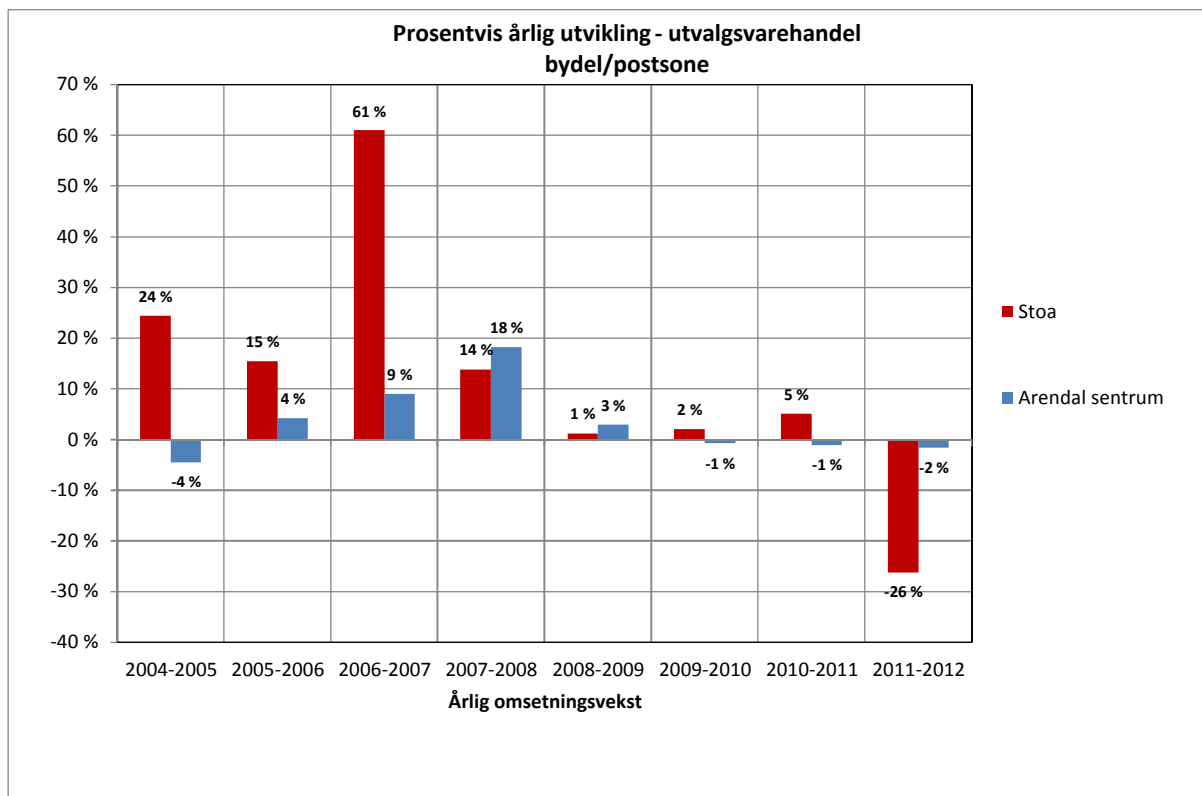
Figur 24. Delområdenes andel av samlet omsetning i Arendal, detaljvarehandel

### 7.3.2 Utviklingen i utvalgsvarehandel i Arendalsregionen

Utviklingen i utvalgsvarehandel har vært ganske lik for Arendal sentrum og Stoa, hvor begge hadde en omsetningsvekst fra 2006 til 2010, se Figur 25. For Stoa fortsatte omsetningsveksten i 2011, mens for Arendal sentrum gikk den ned. I 2011 snudde dette, ved at Arendal sentrum hadde en vekst i omsetningen, og Stoa en nedgang. Nedgangen i tallene for Stoa var hele 26 prosent, og dette kan skyldes at 2012-tallene fra SSB er foreløpige (Figur 26).



Figur 25. Omsetning utvalgsvarehandel Arendalsregionen (100 000 kr). Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

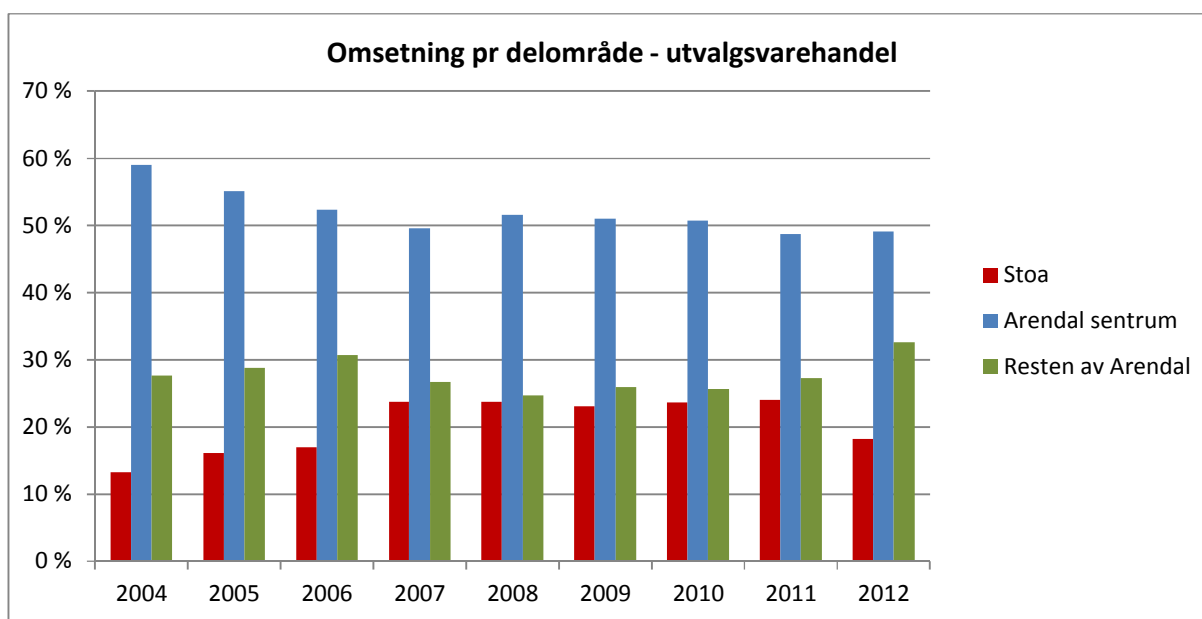


Figur 26. Endring i omsetning, utvalgsvarer.

I tabell 7 og figur 27 ser vi utviklingen i markedsandeler for Arendal sentrum og Stoa. Markedsandelen til Arendal sentrum har gått ned i perioden, til fordel for Stoa og øvrig handelstilbud i kommunen.

Tabell 7. Delområdenes andel av samlet omsetning i Arendalsregionen, utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Stoa	13 %	16 %	17 %	24 %	24 %	23 %	24 %	24 %	18 %
Arendal sentrum	59 %	55 %	52 %	50 %	52 %	51 %	51 %	49 %	49 %
Resten av Arendal	28 %	29 %	31 %	27 %	25 %	26 %	26 %	27 %	33 %



Figur 27. Delområdenes andel av samlet omsetning i Arendal, utvalgsvarehandel

## 7.4 Oppsummering Arendalsregionen

Arendal sentrum har den høyeste omsetningen av detaljvarer og utvalgsvarer. For detaljvarer har omsetningen for Stoa nærmet seg omsetningen i Arendal sentrum, og var høyere et år, for deretter å gå nedover igjen de senere årene.

Arendal sentrum har tapt markedsandeler i perioden, og tap av markedsdeler for utvalgsvarer har vært mye større enn for detaljvarer, se Tabell 8.

Tabell 8. Delområdenes andel av samlet omsetning i Arendalsregionen, detaljvarehandel og utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Stoa	26 %	30 %	4 %	13 %	18 %	5 %
Arendal sentrum	36 %	33 %	-3 %	59 %	49 %	-10 %
Resten av Arendal	39 %	37 %	-2 %	28 %	33 %	5 %

## 8 VEST-AGDER: KRISTIANDSANDSREGIONEN

Vest-Agder er delt inn i tre regioner: Kristiansandsregionen, Mandalsregionen og Listerregionen som fellesbetegnelse på Lyngdal- og Farsundregionen og Flekkefjordsregionen (Vest-Agder fylkeskommune, 2003). Det er gjort analyser for Kristiansandsregionen. Vi har sett spesielt på handelsutviklingen i Kristiansand kommune sammenlignet med Sørlandsparken og resten av kommunen.

### 8.1 Senterstruktur i Kristiansandsregionen

I fylkesdelplan for senterstruktur og lokalisering av handel og tjenester i Vest-Agder er Kristiansandsregionen definert som:

- Kristiansand
- Songdalen
- Vennesla
- Søgne
- Lillesand og Birkenes i Aust-Agder

### 8.2 Beregningsgrunnlag i Kristiansandsregionen

I Kristiansandsregionen er det brukt beregningsgrunnlag basert på følgende postsoneinndeling:

1. Kristiansand sentrum (4610, 4611, 4612, 4613, 4614)
2. Sørlandsparken (4636)
3. Vågsbygd (4621)
4. Søgne (4640)
5. Lillesand (4790)

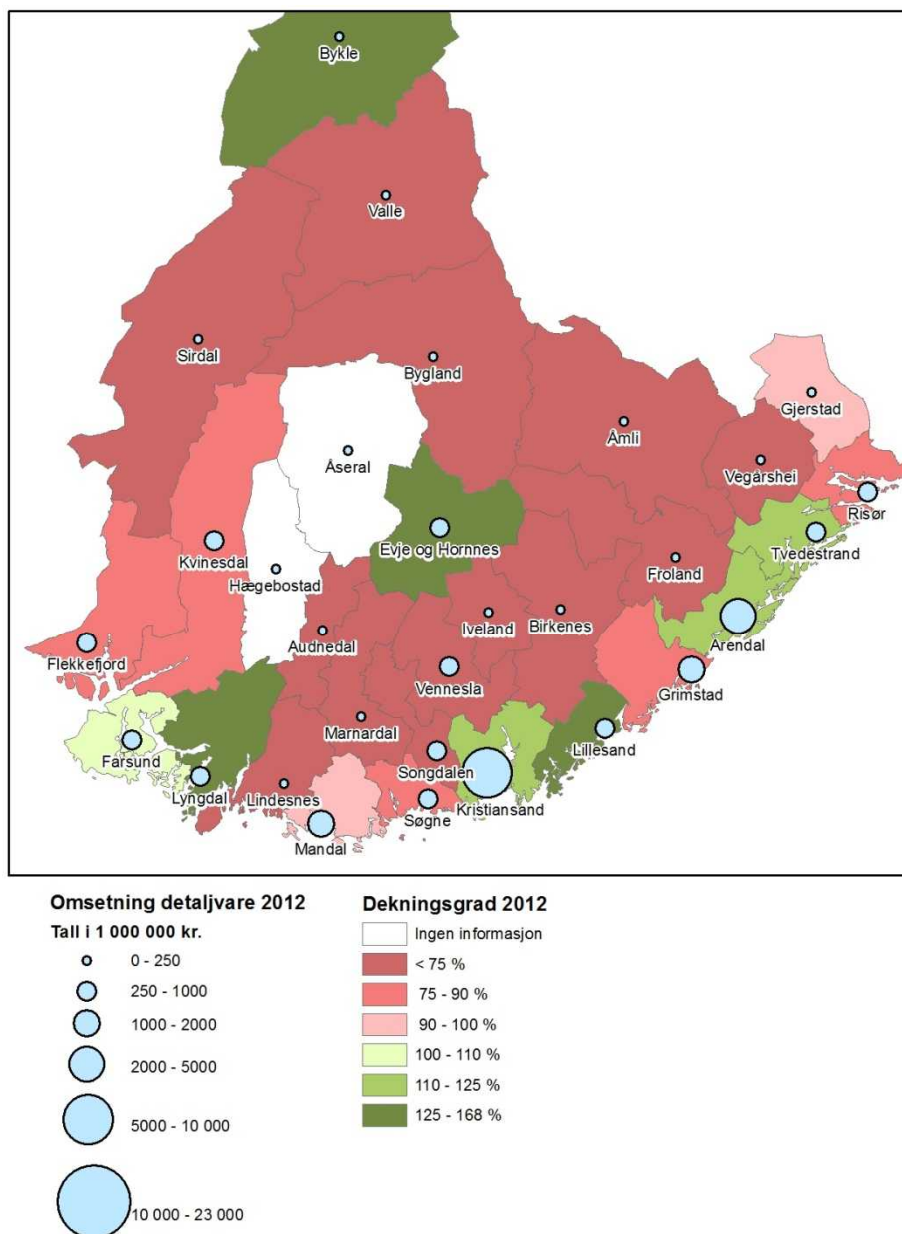
### 8.3 Analyser Kristiansandsregionen

I Kristiansandsområdet har vi sett spesielt på omsetningen for Kristiansand sentrum og for Sørlandsparken. I tillegg har vi gjort analyser av hele Kristiansandsregionen. Lillesand i Aust-Agder er også med i handelsområdet til Kristiansandsregionen.

I Figur 28 ser vi dekningsgrad<sup>5</sup> og omsetning for Kristiansandsregionen for detaljvarehandel. Kristiansand kommune hadde en dekningsgrad på 120 prosent. Lillesand hadde en dekningsgrad på nesten 140 prosent, og mye av det kan nok forklares med IKEA.

---

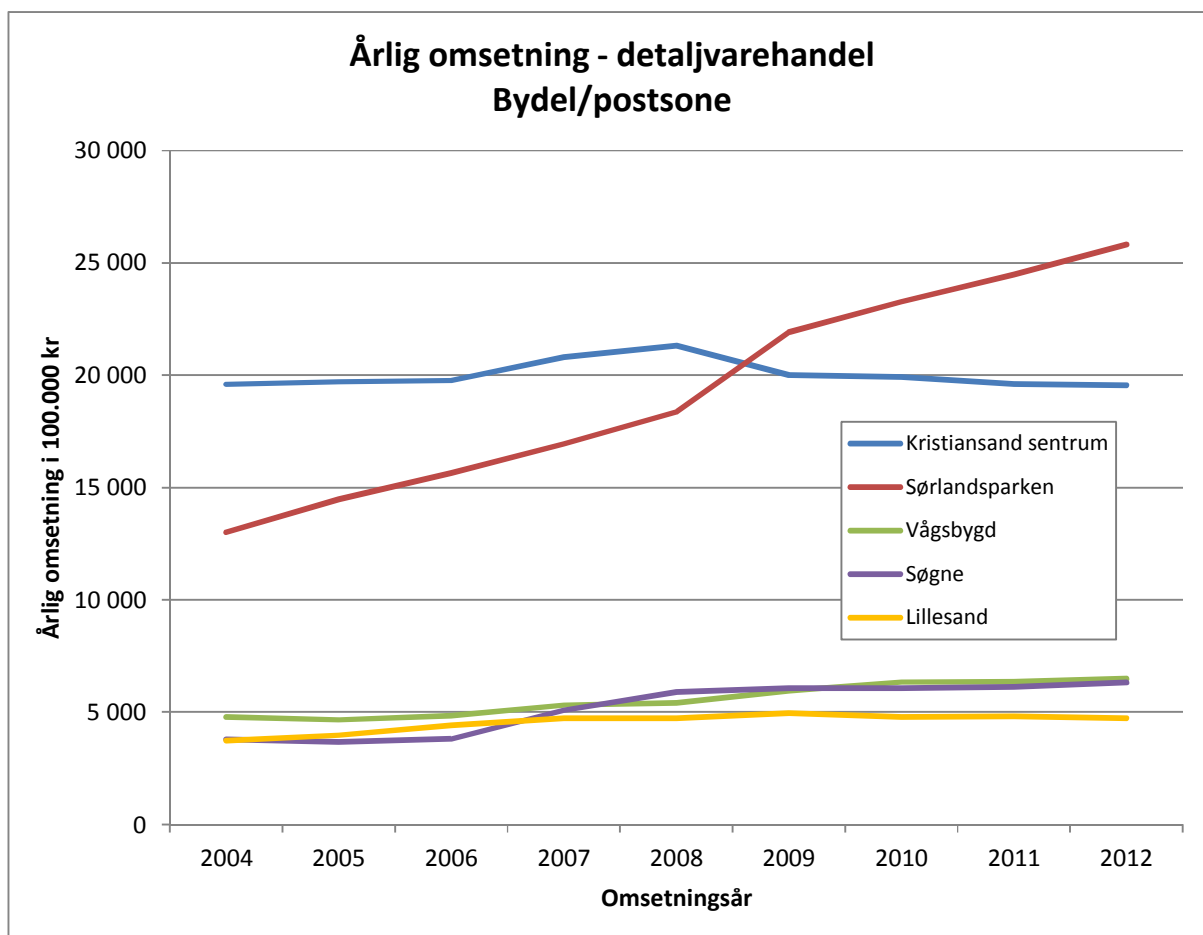
<sup>5</sup> Dekningsgraden for varehandel er definert som forholdet mellom omsetning i handelssonen og samlet forbruk for bosatte i samme sone. Dekningsgraden indikerer om det er handelsoverskudd eller handelsunderskudd i kommunen. En dekningsgrad på ca. 100 prosent betyr at det er god balanse mellom handel og forbruk i handelssonen.



Figur 28. Omsetning og dekningsgrad i Kristiansandregionen. Kilde: Asplan Viak (2013c)

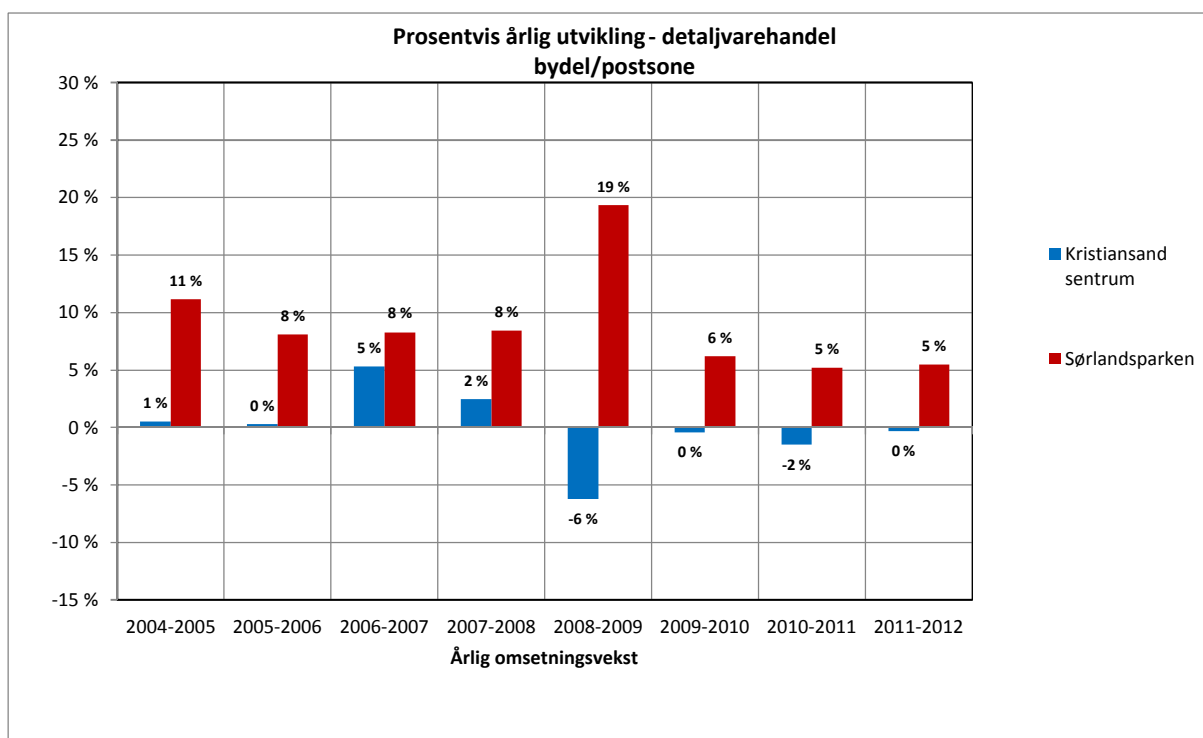
### 8.3.1 Utviklingen i detaljvarehandel i Kristiansand kommune

I Kristiansand kommune har Sørlandsparken hatt den største omsetningsveksten de siste årene, mens omsetningen i Kristiansand sentrum har gått ned, se Figur 29. Fra 2004 til 2008 hadde Kristiansand sentrum høyere omsetning enn Sørlandsparken, men fra 2009 endret dette seg. Omsetningen for Sørlandsparken har fortsatt å vokse, mens Kristiansand sentrum er tilbake på nivået fra 2004.



Figur 29. Omsetning detaljvarehandel Kristiansandsregionen.

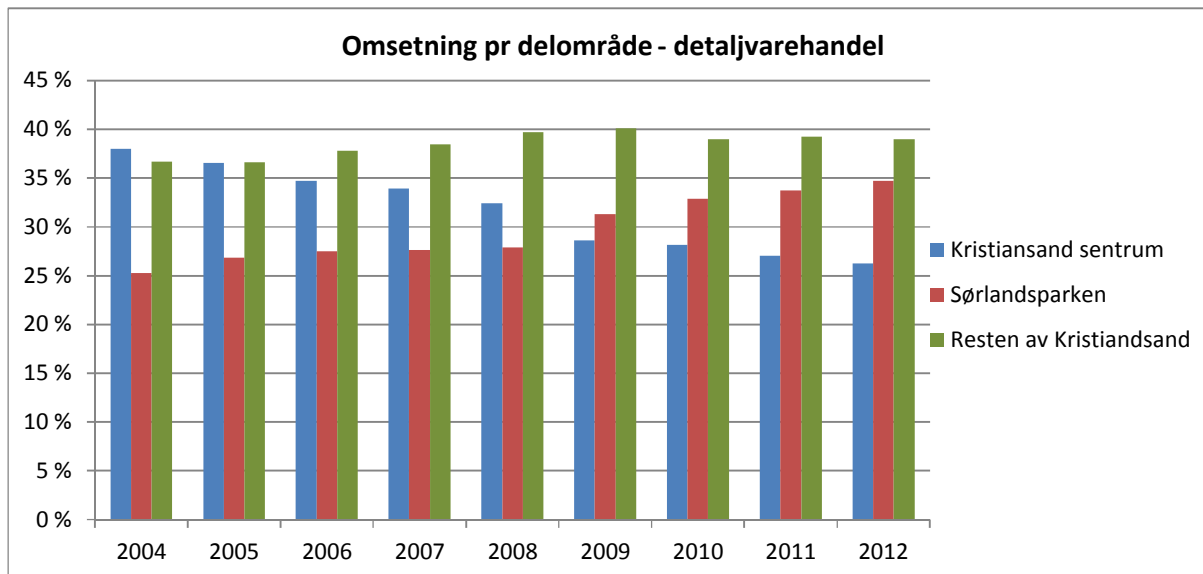
Sørlandsparken har hatt omsetningsvekst i hele perioden, mens sentrum har hatt omsetningsnedgang de siste årene.





Figur 30. Endring i omsetning, detaljvarehandel.

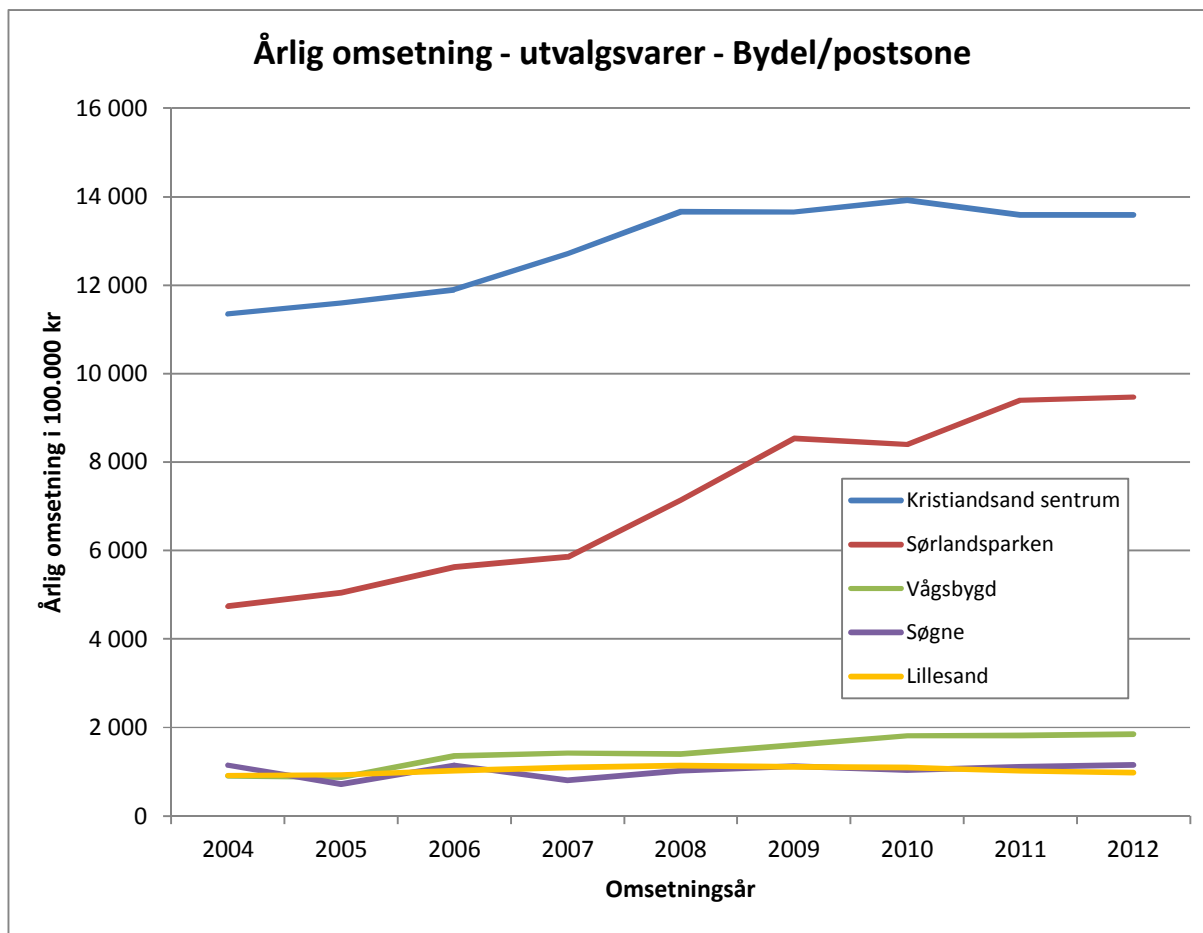
I Figur 31 ser vi at Kristiansand sentrum gradvis har tapt markedsandeler, fra nesten 40 prosent av markedet i 2004 til under en tredjedel av markedet i 2012. Samtidig har Sørlandsparken økt sin andel fra 25 prosent til 35 prosent.



Figur 31. Delområdenes andel av samlet omsetning i Kristiansand kommune, detaljvarehandel

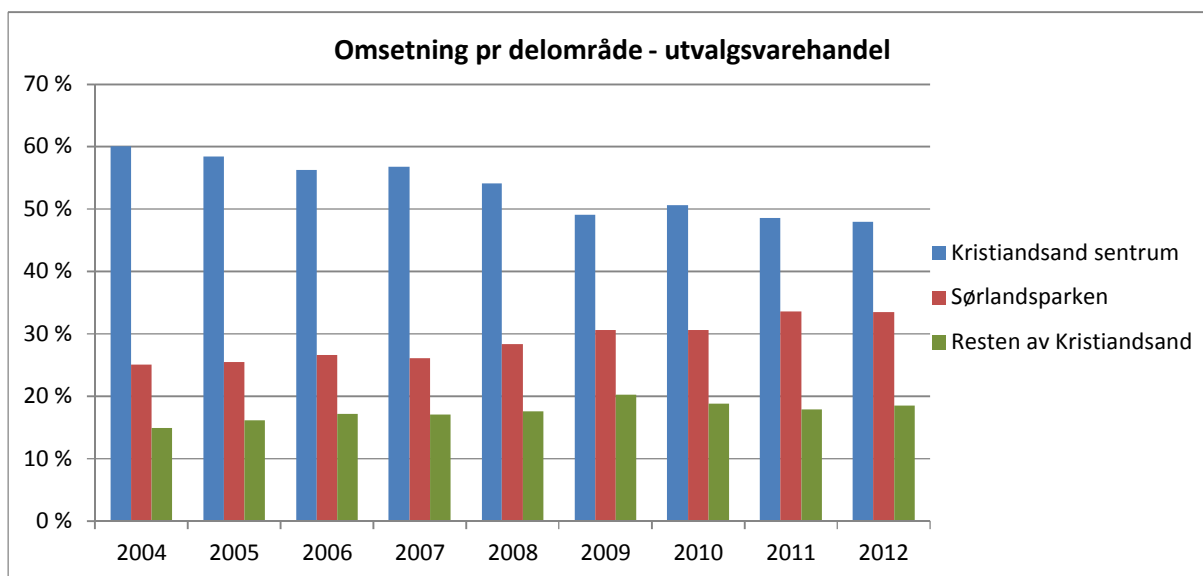
### 8.3.2 Utviklingen i utvalgsvarehandel i Kristiansand kommune

Kristiansand sentrum har hatt den høyeste omsetningen av utvalgsvarer, og Sørlandsparken den nest høyeste, se Figur 32. I Vågsbygd, cirka 5 km utenfor Kristiansand sentrum, ligger blant annet kjøpesenteret Amfi Vågsbygd. Handelstilbudet i Vågsbygd er også i konkurranse med kvadraturen, men nivået på omsetningen er mye lavere enn i Kristiansand sentrum. Det samme gjelder for Lillesand. Utviklingen i Vågsbygd viste en oppadgående trend frem til 2008, for deretter å gå nedover igjen de senere årene.



Figur 32. Utvikling i årlig omsetning for utvalgsvarehandel i Kristiansandsregionen

Kristiansand sentrum sin andel av omsetningen har gått ned i analyseperioden. I 2004 hadde sentrum over halvparten av markedet innenfor utvalgsvarer, og i 2012 var denne redusert til under halvparten, se Figur 33. Sørlandsparken har gradvis økt sin markedsandel, med unntak for en liten nedgang fra 2011 til 2012.



Figur 33. Delområdenes andel av samlet omsetning i Kristiansand kommune, utvalgsvarehandel

### 8.3.3 Utviklingen i detaljvarehandel i Kristiansandsregionen

Tabell 9 viser utviklingen i markedsandeler for detaljvarehandel i Kristiansandsregionen. Det er det samme bildet som tegner seg som for Kristiansand kommune. Kristiansand sentrum taper markedsandeler og Sørlandsparken øker sin markedsandel. Lillesand sentrum har tapt noe markedsandel, men den har ligget ganske stabilt. Resten av Kristiansand kommune og Lillesand kommune har også fått en økt andel av omsetningen. Det kan være andre handelstilbud i de to kommunene som også tar markedsandeler fra de to bysentraene.

Tabell 9. Delområdenes andel av samlet omsetning i Kristiansandsregionen, detaljvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kristiansand sentrum	35 %	34 %	32 %	31 %	30 %	27 %	26 %	24 %	23 %
Sørlandsparken	23 %	25 %	25 %	26 %	26 %	29 %	30 %	30 %	31 %
Vågsbygd	9 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %
Søgne	7 %	6 %	6 %	8 %	8 %	8 %	8 %	7 %	8 %
Lillesand sentrum	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	6 %	6 %	6 %
Kristiansand og Lillesand	26 %	27 %	28 %	27 %	28 %	28 %	28 %	31 %	31 %

### 8.3.4 Utviklingen i utvalgsvarehandel i Kristiansandsregionen

Kristiansand sentrum og Lillesand sentrum har begge fått redusert sin markedsandel i perioden. Sørlandsparken har fått økt markedsandel, men Kristiansand og Lillesand kommune sine andeler av omsetningen har økt endra mer. Det betyr at øvrige handelstilbud i de to kommunene har hatt en større innvirkning på de to bysentraene enn Sørlandsparken.

Tabell 10. Delområdenes andel av samlet omsetning i Kristiansandsregionen, utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kristiansand sentrum	57 %	56 %	54 %	54 %	50 %	46 %	45 %	39 %	39 %
Sørlandsparken	24 %	24 %	25 %	25 %	26 %	29 %	27 %	27 %	27 %
Vågsbygd	5 %	4 %	6 %	6 %	5 %	5 %	6 %	5 %	5 %
Søgne	6 %	3 %	5 %	3 %	4 %	4 %	3 %	3 %	3 %
Lillesand sentrum	5 %	4 %	5 %	5 %	4 %	4 %	4 %	3 %	3 %
Kristiansand og Lillesand	8 %	12 %	10 %	12 %	15 %	17 %	18 %	26 %	26 %

## 8.4 Oppsummering Kristiansandsregionen

Sørlandsparken tar markedsandeler fra sentrum. Kristiansand sentrum har tapt like stor markedsandel for detaljvarer og utvalgsvarer (Tabell 11). Sørlandsparken har høyere omsetning enn Kristiansand sentrum, og har hatt dette siden 2009. Veksten fortsetter for Sørlandsenteret.

Bildet er litt annerledes for utvalgsvarer, hvor det fortsatt er Kristiansand sentrum som har den høyeste omsetningen, men hvor det har vært en utflating de senere år.

Tabell 11. Delområdenes andel av samlet omsetning i Kristiansand kommune, detaljvarehandel og utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Kristiansand sentrum	38 %	26 %	-12 %	60 %	48 %	-12 %
Sørlandsparken	25 %	35 %	10 %	25 %	33 %	8 %
Resten av Kristiansand	37 %	39 %	2 %	15 %	19 %	4 %

## 9 ROGALAND: STAVANGERREGIONEN OG HAUGALANDET

I Rogaland er det gjort analyser for Stavangerregionen (Stavanger, Sandnes og Sola) og for Haugalandet.

### 9.1 Senterstruktur i Stavangerregionen og Haugalandet

For Stavangerregionen er følgende områder med i analysen:

- Stavanger sentrum
- Sandnes sentrum
- Lura
- Forus
- Hillevåg-Mariero
- Madla
- Hinna
- Sola

Fylkesdelplan for areal og transport på Haugalandet legger følgende senterstruktur til grunn for videre utvikling:

- Regionsenter: Haugesund
- Kommunesenter: Førsvik, Etne, Kopervik, Sauda, Sveio, Akrdal, Ølen
- Bydelssenter, kommunedelsenter: Skånevik, Austmannavegen, Hemmingstad, Gard, Åkrehamn, Skudeneshavn, Slåttevik/Tysværvåg, Hindervåg, Førde, Vikedal, Skjold, Sandeid

Haugesundsregionen omfatter kommunene Haugesund, Karmøy, Tysvær, Sveio, Bokn, Vindafjord, Etne, Sauda og Utsira.

### 9.2 Beregningsgrunnlag Stavangerregionen og Haugalandet

#### Stavangerregionen

Det er gjort analyser for Stavangerregionen basert på følgende postsoneinndeling:

1. Stavanger Sentrum (4005, 4006, 4008, 4012, 4013, 4014, 4015)
2. Sandnes sentrum (4306, 4307, 4327)
3. Lura (4313, 4314, 4315)
4. Forus (4033)
5. Hillevåg – Mariero (4011, 4016, 4017, 4018)
6. Madla (4041, 4042)
7. Sola (4050)

I Stavangerregionen er kommunene så små og de ulike handelsområdene/bydelene så sammenvevde at de må sees i nær sammenheng. Stavanger sentrum og Sandnes sentrum er begge tydelige bysenter og analyseres opp mot de andre bydelene. Bydelene som er valgt ut (listen over) har alle sterke innslag av kjøpesenter og varehus, bortsett fra Sola.

Kvadrat er det største kjøpesenteret i området og ligger på Lura. Ikea ligger også på Lura. Forus er preget av store varehus, i tillegg til at Tvedt senteret ligger der. På Hillevåg, ca. 3km fra Stavanger sentrum ligger Kilden senter, og 2 km. vest for Stavanger ligger Amfi Madla. Begge disse sentrene har en omsetning på litt over en halv milliard kroner.

### **Haugalandet**

På Haugalandet er det først og fremst utviklingen i Haugesund sentrum sett opp mot Raglamyr som er interessant. Raglamyr er et kjøpesenter- og varehusområde som ligger i Haugesund kommune, ca. 2 km sørøst for Haugesund sentrum. På området finner man blant annet Bergsenteret og Amanda Storsenter, der sistnevnte hadde en omsetning på over en milliard kroner i 2012.

Oasen senter ligger ved Karmsund, 2 km. sør for Haugesund. Senteret hadde over en halv milliard i omsetning i 2012 og ligger i Karmøy kommune på fastlandssiden.

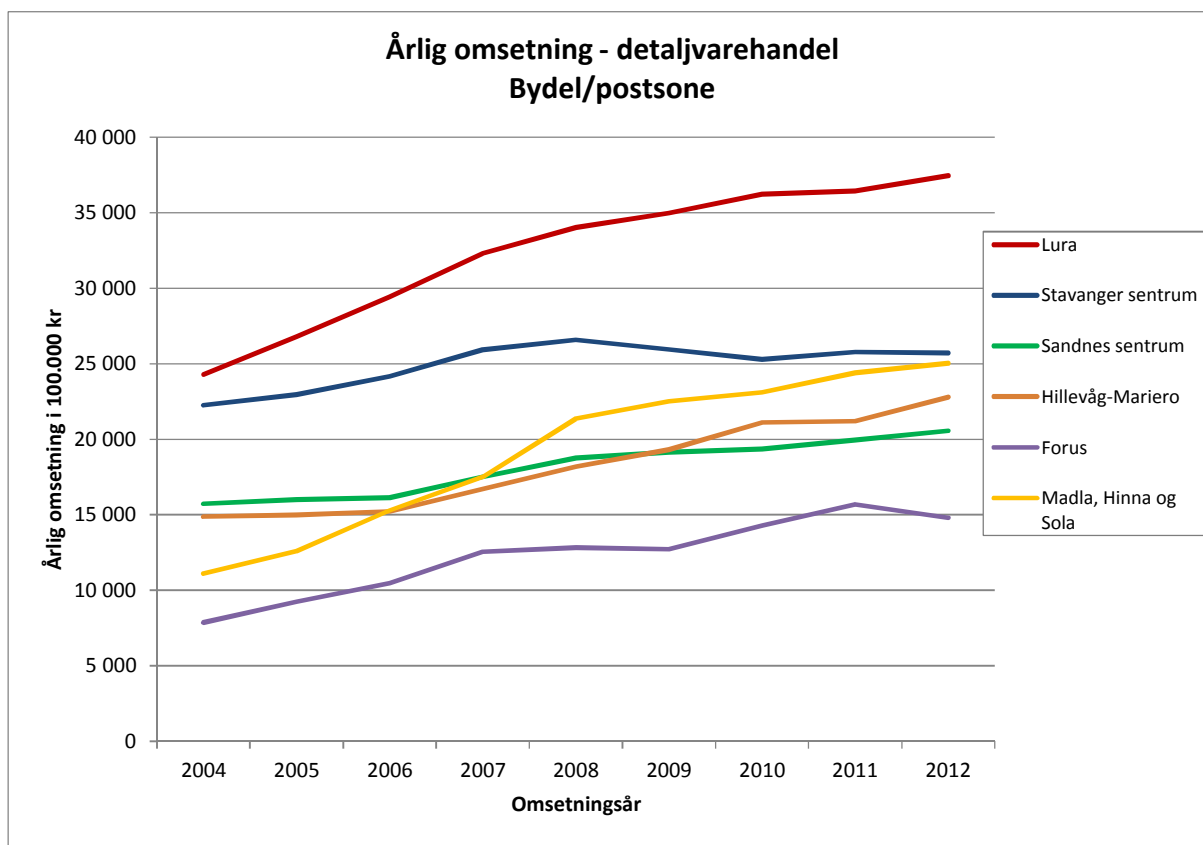
Det er gjort analyser for Haugalandet basert på følgende postsoneinndeling:

1. Haugesund sentrum ( 5525, 5527, 5528)
2. Raglamyr (5536)
3. Karmsund (5542)

## **9.3 Analyser Stavangerregionen**

### **9.3.1 Utviklingen i detaljvarehandel i Stavangerregionen**

Stavanger sentrum har hatt en utflating i omsetningen siden 2007. Sandnes sentrum har hatt en vekst, men veksten er litt mindre enn mange av de kjøpesenterpregede bydelene i regionen. Regionens største kjøpesenter ligger på Lura og dette er også bydelen med klart størst vekst (se Figur 34).

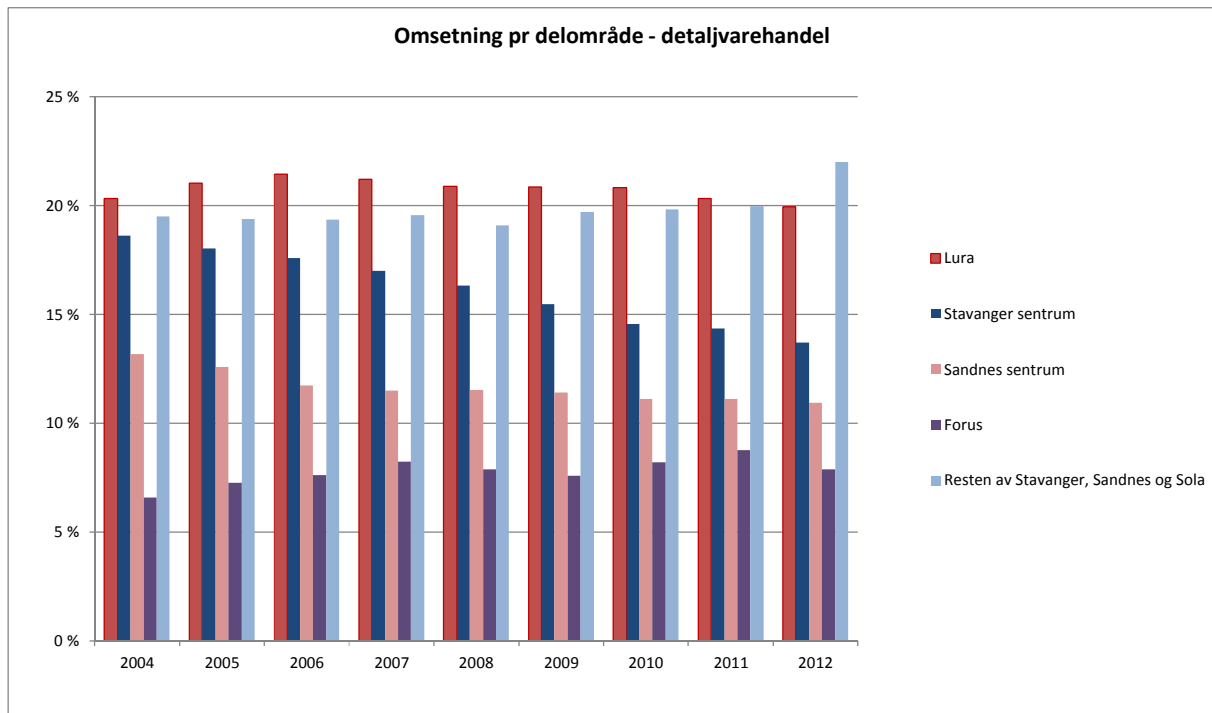


Figur 34: Utvikling i årsomsetning for detaljvarehandel i Stavangerregionen

I Tabell 12 og Figur 35 ser vi tydelig at Stavanger sentrum og Sandnes sentrum har fått svekket sine markedsandeler i perioden, mens de fleste andre bydelene er stabile eller stiger litt. Sola har økt markedsandelen i perioden, og resten av handelstilbudet i av kommunene Stavanger, Sandnes og Sola som har fått økte markedsandeler fra 2004 til 2012 for detaljvarehandel. Svekkelsen av sentrum i Stavanger og Sola forklares av dette.

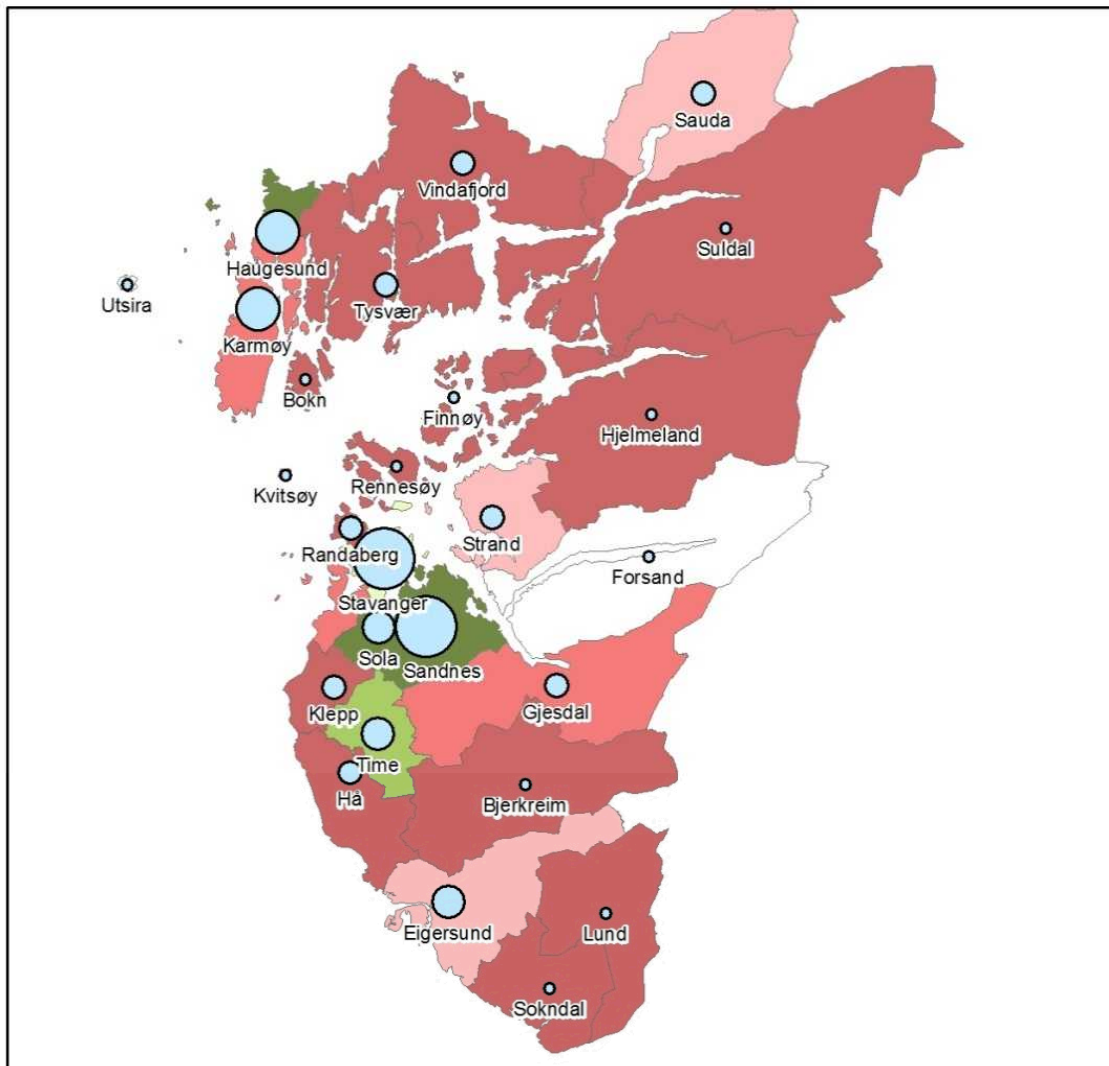
Tabell 12: Delområdenes andel av samlet detaljvareomsetning i Stavanger, Sandnes og Sola.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Stavanger sentrum	19 %	18 %	18 %	17 %	16 %	15 %	15 %	14 %	14 %
Sandnes sentrum	13 %	13 %	12 %	11 %	12 %	11 %	11 %	11 %	11 %
Lura	20 %	21 %	21 %	21 %	21 %	21 %	21 %	20 %	20 %
Forus	7 %	7 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	9 %	8 %
Hillevåg-Mariero	12 %	12 %	11 %	11 %	11 %	12 %	12 %	12 %	12 %
Madla	5 %	4 %	4 %	4 %	5 %	6 %	5 %	5 %	5 %
Hinna	1 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Sola	3 %	4 %	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %	6 %	6 %
Resten av Stavanger, Sandnes og Sola	20 %	19 %	19 %	20 %	19 %	20 %	20 %	20 %	22 %

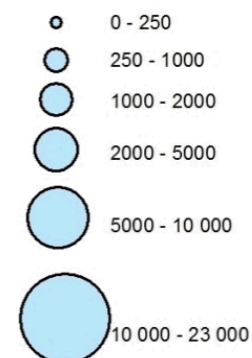
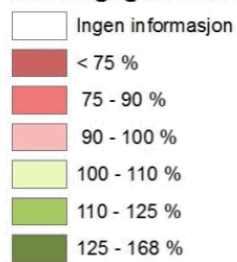


Figur 35: Delområdenes andel av samlet detaljvareomsetning i Stavangerregionen.

Stavanger hadde en dekningsgrad på litt over 100 prosent i 2012, mens Sandnes hadde det største handelsoverskuddet i regionen, med en dekningsgrad over 125 prosent (Figur 36). Samtidig svekket Sandnes sitt handelsoverskudd fra 2011 til 2012, men Stavanger styrket sitt overskudd noe (Figur 37). Sola hadde en enda sterkere vekst i sin dekningsgrad.

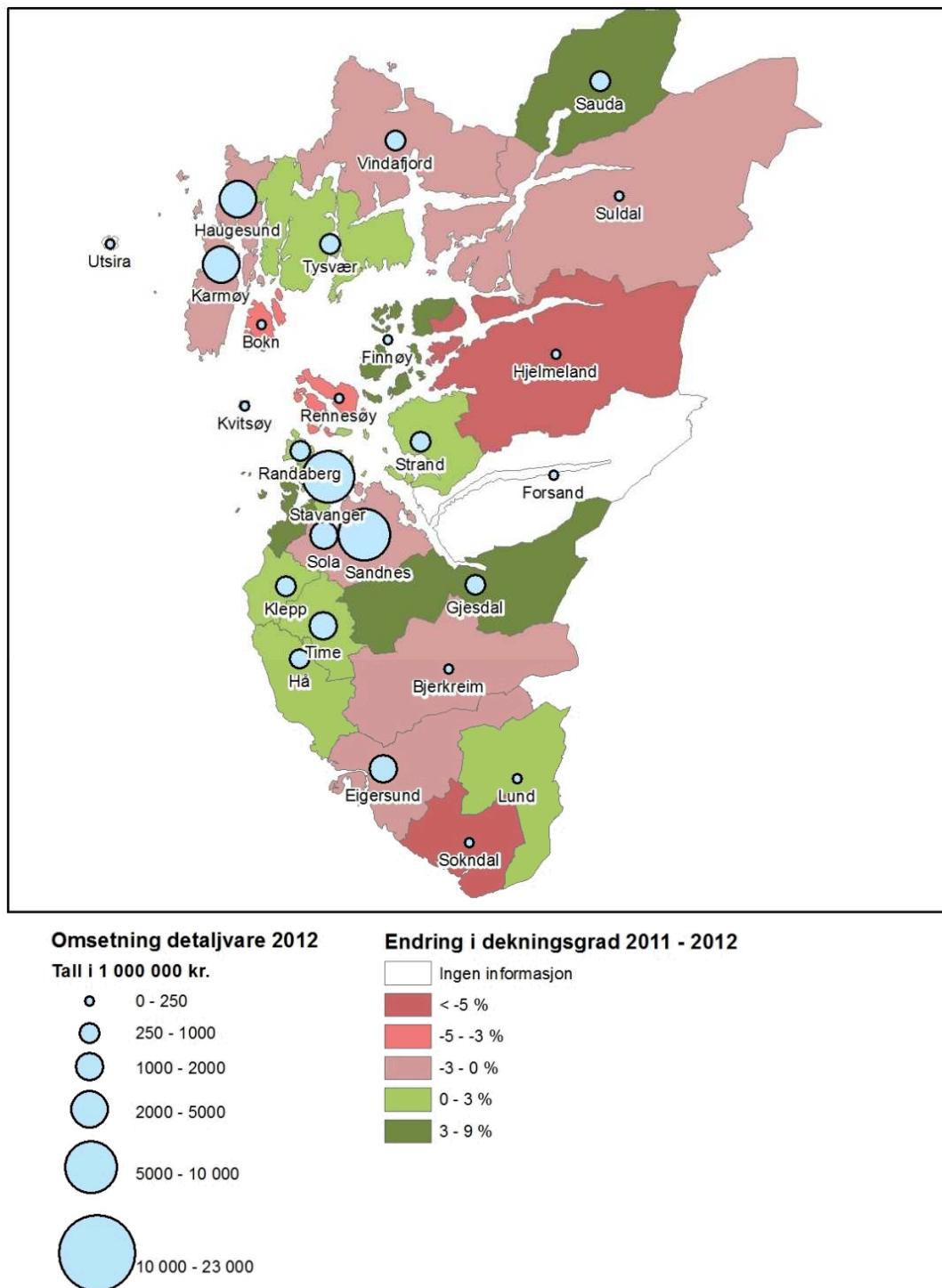
**Omsetning detaljvare 2012**

Tall i 1 000 000 kr.

**Dekningsgrad 2012**

Figur 36. Omsetning og dekningsgrad i Rogaland, 2012. Kilde: Asplan Viak (2013c)

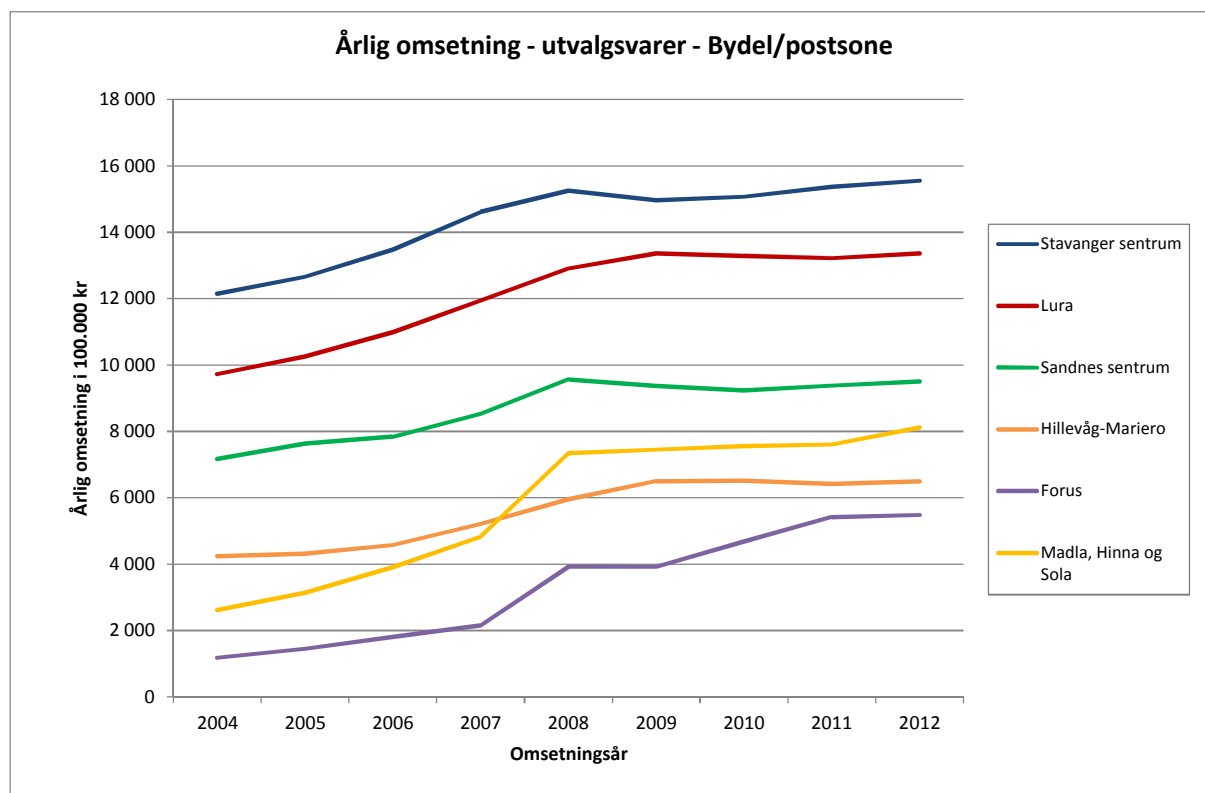




Figur 37: Endring i dekningsgrad i Rogaland 2011-2012. Kilde Asplan Viak (2013c)

### 9.3.2 Utviklingen i utvalgsvarehandel i Stavangerregionen

Omsetning innen utvalgsvarer har steget frem til 2007 for deretter å flate ut. Dette gjelder de fleste bydelene i Stavangerregionen, både sentrum og kjøpesenterpregede bydeler. Forus har hatt en god vekst nesten alle årene.

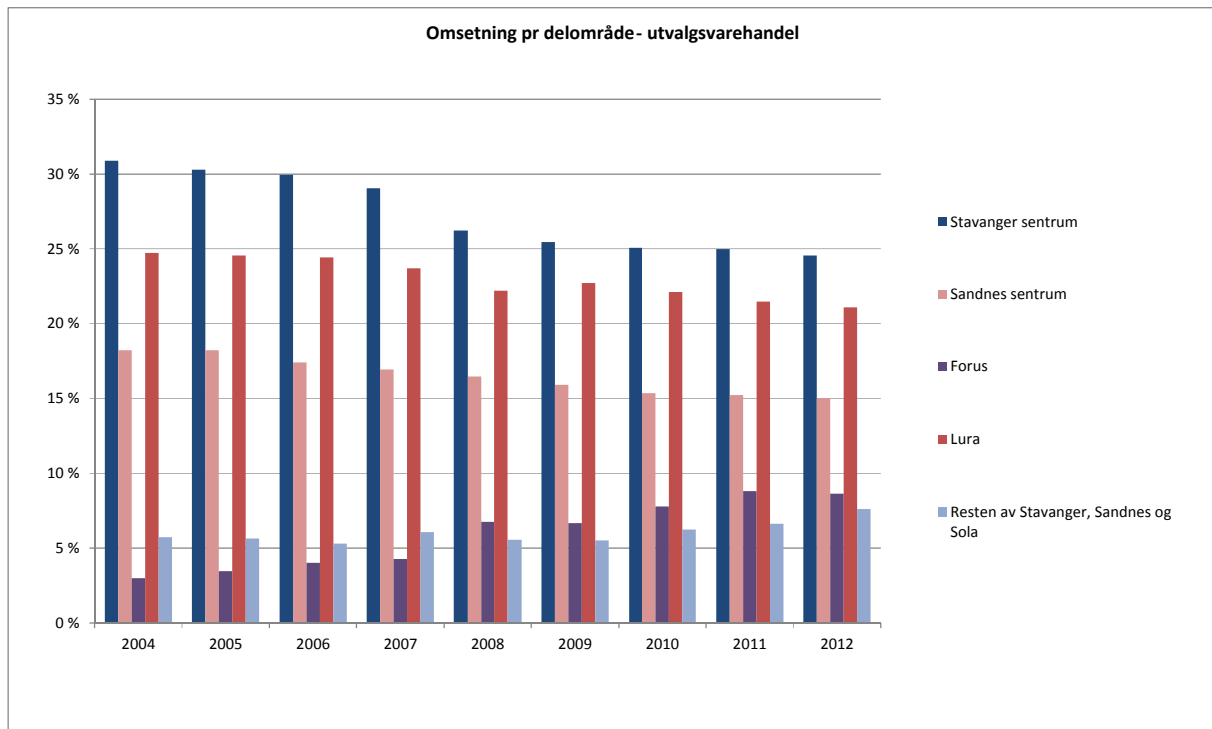


Figur 38: Utvikling i årsomsetning for utvalgsvarehandel i Stavangerregionen

Stavanger sentrum har svekket sin andel av utvalgsvareomsetningen fra over 30 prosent i 2004 til under 25 prosent i 2012 (Figur 39 og Tabell 13). Svekkelsen skjedde først og fremst i perioden 2004 til 2008. Sandnes sentrum har også svekket seg noe, og også her skjedde den største tilbakegangen frem mot 2008. Lura har også hatt en tilbakegang i forhold til de andre bydelene, mens Forus og Madla har hatt en klar fremgang, spesielt etter 2008.

Tabell 13. Delområdenes andel av samlet utvalgsvareomsetning i Stavanger, Sandnes og Sola.

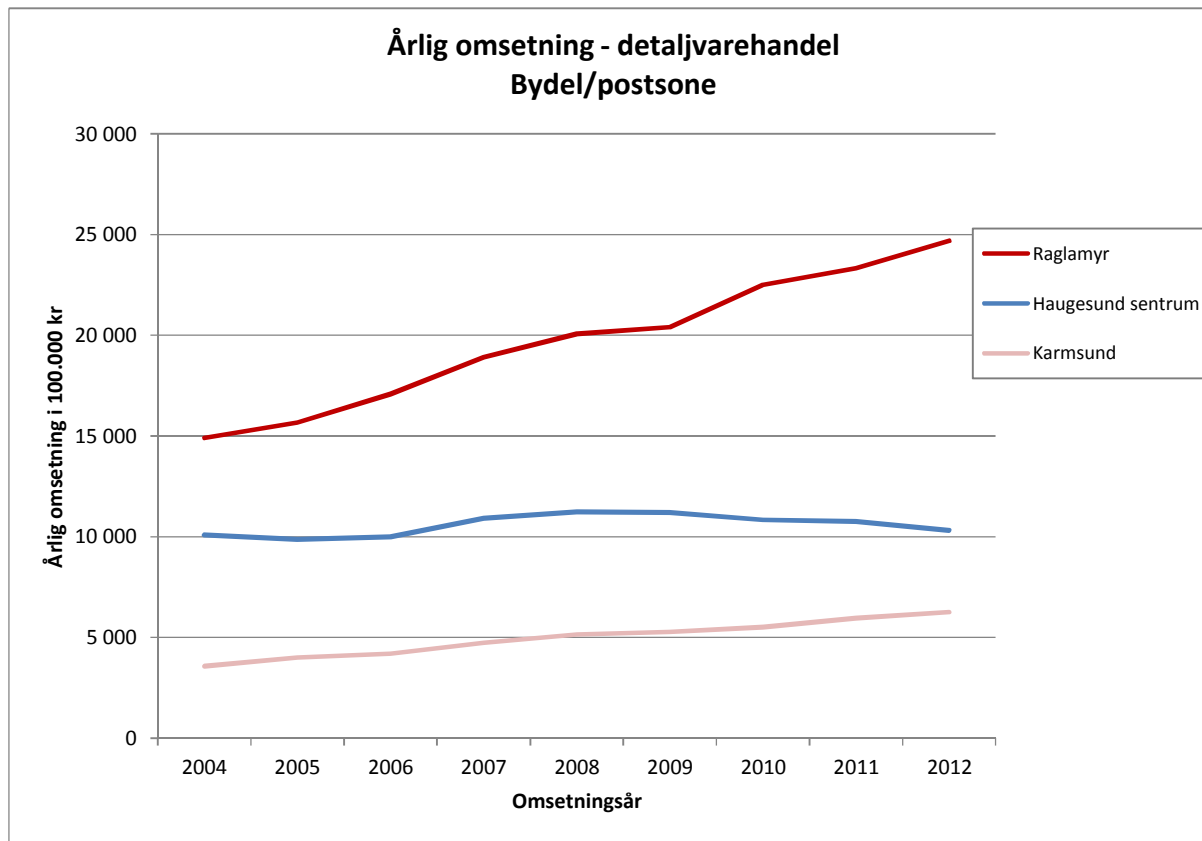
Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Stavanger sentrum	31 %	30 %	30 %	29 %	26 %	25 %	25 %	25 %	25 %
Sandnes sentrum	18 %	18 %	17 %	17 %	16 %	16 %	15 %	15 %	15 %
Lura	25 %	25 %	24 %	24 %	22 %	23 %	22 %	22 %	21 %
Forus	3 %	3 %	4 %	4 %	7 %	7 %	8 %	9 %	9 %
Hillevåg-Mariero	11 %	10 %	10 %	10 %	10 %	11 %	11 %	10 %	10 %
Madla	4 %	4 %	3 %	4 %	7 %	8 %	7 %	7 %	7 %
Hinna	0 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Sola	3 %	3 %	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %
Resten av Stavanger, Sandnes og Sola	6 %	6 %	5 %	6 %	6 %	6 %	6 %	7 %	8 %



Figur 39: Delområdenes andel av samlet utvalgsvareomsetning i Stavangerregionen.

## Analyser Haugalandet

### 9.3.3 Utviklingen i detaljvarehandel for Haugalandet

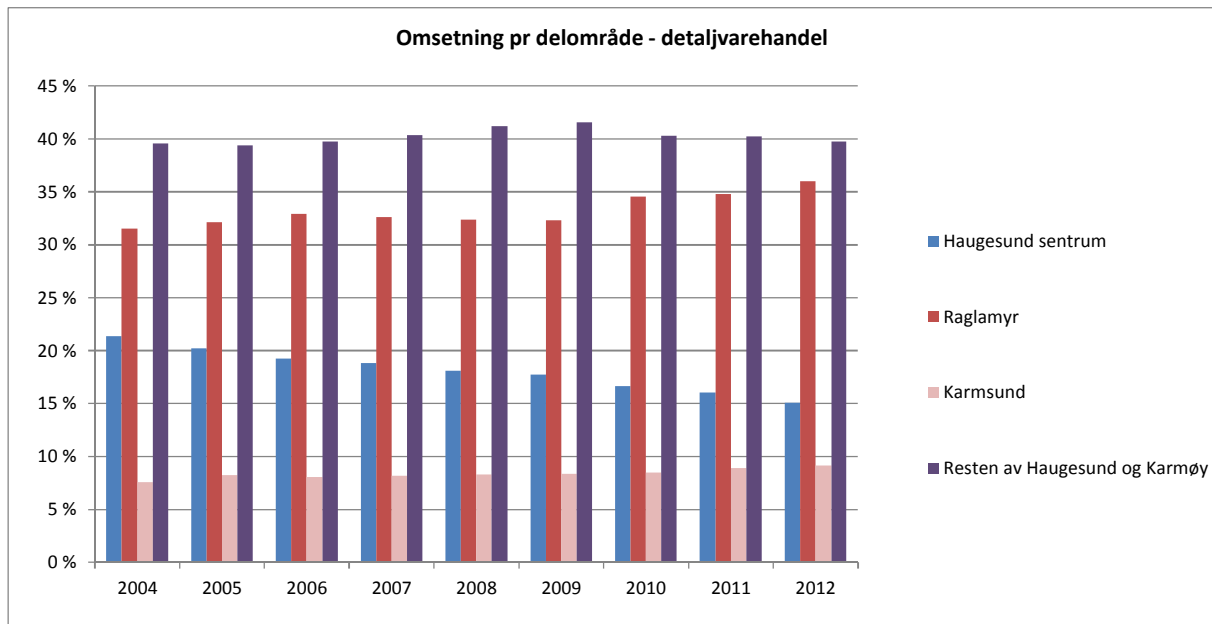


Figur 40: Utvikling i årsomsetning for detaljvarehandel på Haugalandet

Omsetningen i Haugesund sentrum har vært stabil de siste årene, mens omsetningen i det kjøpesenter- og varehuspregede Raglamyr har steget betydelig. Også Karmsund, der man bl.a. finner kjøpesenteret Oasen, har hatt en bra vekst. Tabell 14 og Figur 41 viser også at det er i forholdet mellom Haugesund sentrum og Raglamyr de store endringene skjer.

Tabell 14: Delområdenes andel av samlet detaljvareomsetning i Haugesund og Karmøy

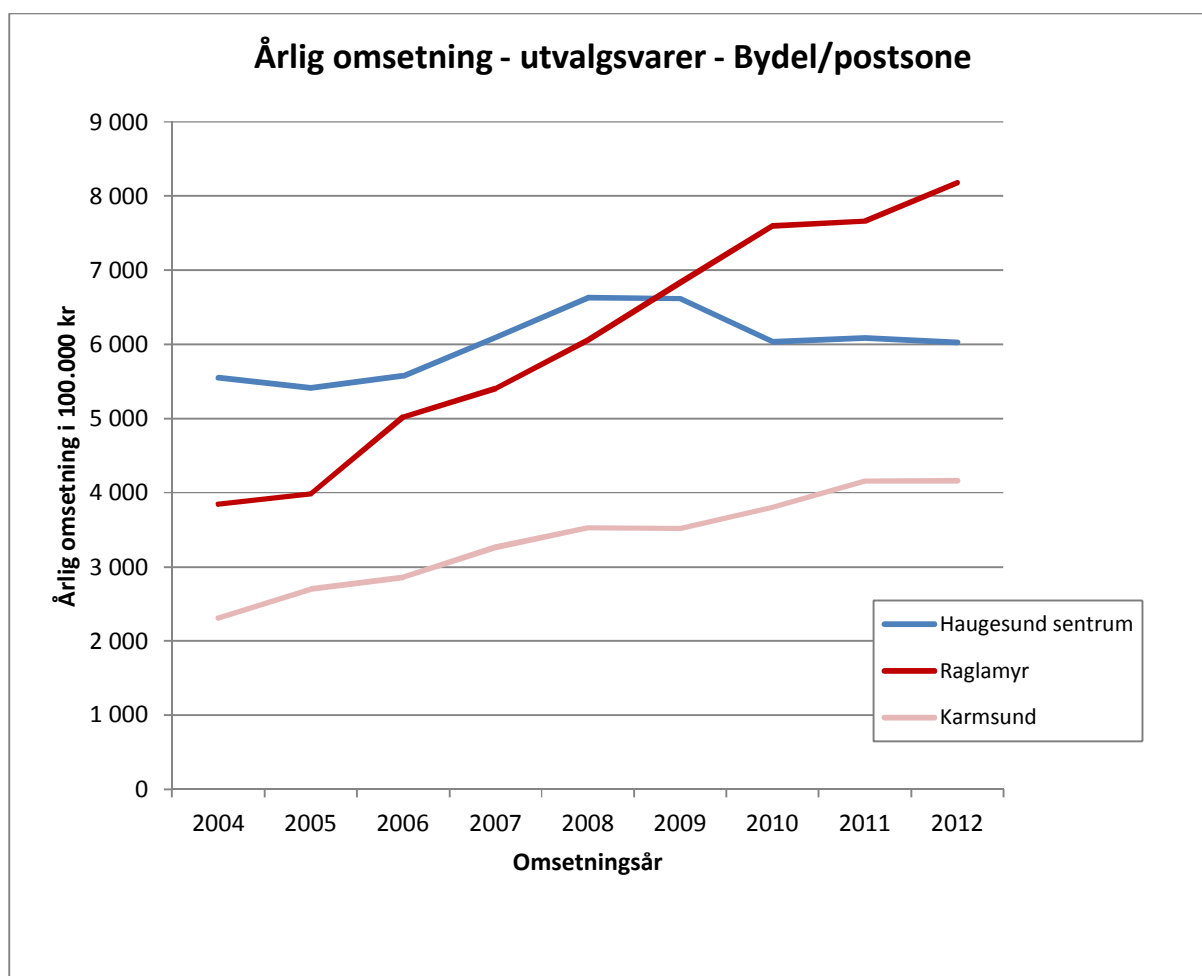
Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Haugesund sentrum	21 %	20 %	19 %	19 %	18 %	18 %	17 %	16 %	15 %
Raglamyr	32 %	32 %	33 %	33 %	32 %	32 %	35 %	35 %	36 %
Karmsund	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	8 %	9 %	9 %
Resten av Haugesund og Karmøy	40 %	39 %	40 %	40 %	41 %	42 %	40 %	40 %	40 %



Figur 41: Delområdenes andel av samlet detaljvareomsetning i Haugesund og Karmøy

Haugesund kommune hadde en dekningsgrad på nesten 170 prosent for detaljvarehandel i 2012, som var den høyeste dekningsgraden i hele Rogaland, se Figur 36. Figur 37 viser at både Karmøy og Haugesund kommune har svekket sitt handelsoverskudd noe, mens Tysvær kommune har styrket seg litt.

### 9.3.4 Utviklingen i utvalgsvarehandel på Haugalandet

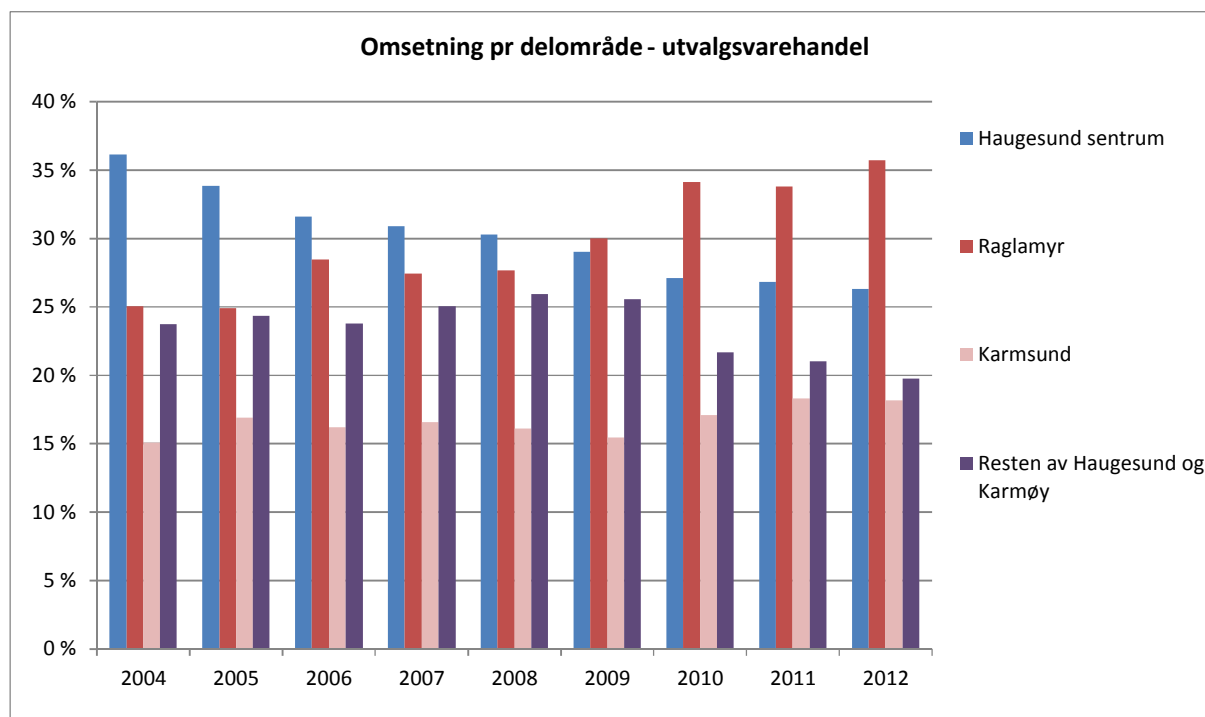


Figur 42: Utvikling i årsomsetning for utvalgsvarehandel

Innenfor utvalgsvarer er trenden at Raglamyr tar stadig større del av omsetningen i forhold til Haugesund sentrum, enda tydeligere enn for all detaljvarehandel sett under ett. Mens omsetningen i Haugesund sentrum ligger relativt stabilt gjennom perioden, har Raglamyr økt kraftig, men også Karmsund har økt noe (Figur 42). Dersom vi ser på delområdenes andeler av totalomsetningen i Haugesund og Karmøy kommune så har Haugesund gått tilbake med hele 10 prosentpoeng og Raglamyr frem med 11 prosentpoeng (Figur 43 og Tabell 15). Karmsund har også gått noe frem, mens resterende deler av kommunene samlet sett har hatt tilbakegang.

Tabell 15: Delområdenes andel av samlet utvalgsvareomsetning i Haugesund og Karmøy.

Delområde/andel	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Haugesund sentrum	36 %	34 %	32 %	31 %	30 %	29 %	27 %	27 %	26 %
Raglamyr	25 %	25 %	28 %	27 %	28 %	30 %	34 %	34 %	36 %
Karmsund	15 %	17 %	16 %	17 %	16 %	15 %	17 %	18 %	18 %
Resten av Haugesund og Karmøy	24 %	24 %	24 %	25 %	26 %	26 %	22 %	21 %	20 %



Figur 43: Delområdenes andel av samlet utvalgsvareomsetning i Haugesund og Karmøy

## 9.4 Oppsummering Stavangerregionen og Haugalandet

For detaljvarer så har spesielt Stavanger sentrum tapt andeler, mens områdene rundt, blant annet Sola har styrket seg (Tabell 16). Også resten av handelstilbudene i kommunene Stavanger, Sandnes og Sola har hatt en økning i markedsandelen. For utvalgsvarer er denne trenden enda mer tydelig. Selv om omsetningen i Stavanger og Sandnes sentrum har vært relativt stabil så har de totalt sett blitt svekket i forhold til de kjøpesenterpregede bydelene rundt. Spesielt Forus og Madla har begge hatt en økning i denne perioden.

Analysen viser at Haugesund sentrum har blitt betydelig svekket, og mest innenfor utvalgsvarehandel (se Tabell 17). Omsetningen innen detaljvarer og utvalgsvarer har vært relativt stabil siden 2004, mens Raglamyr har vokst kraftig.

Tabell 16. Delområdenes andel av samlet omsetning i Stavangerregionen, detaljvarehandel og utvalgsvarehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Stavanger sentrum	19 %	14 %	-5 %	31 %	25 %	-6 %
Sandnes sentrum	13 %	11 %	-2 %	18 %	15 %	-3 %
Lura	20 %	20 %	0 %	25 %	21 %	-4 %
Forus	7 %	8 %	1 %	3 %	9 %	6 %
Hillevåg-Mariero	12 %	12 %	0 %	11 %	10 %	-1 %
Madla	5 %	5 %	0 %	4 %	7 %	3 %
Hinna	1 %	2 %	1 %	0 %	1 %	1 %
Sola	3 %	6 %	3 %	3 %	4 %	1 %
Resten av Stavanger, Sandnes og Sola	20 %	22 %	2 %	6 %	8 %	2 %

Tabell 17. Delområdenes andel av samlet omsetning på Haugalandet, detaljvarehandel og utvalgsvarerhandel.  
Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Haugesund sentrum	21 %	15 %	-6 %	36 %	26 %	-10 %
Raglamyrr	32 %	36 %	4 %	25 %	36 %	11 %
Karmsund	8 %	9 %	1 %	15 %	18 %	3 %
Resten av Haugesund og Karmøy	40 %	40 %	0 %	24 %	20 %	-4 %



## 10 SØR-TRØNDELAG: TRONDHEIM

I Sør-Trøndelag har vi gjort analyser for handelsutviklingen i Trondheim kommune. Midtbyen, Nedre Elvehavn og Øya som sentrum sammenlignet med kjøpesentre på Lade Leangen (flere kjøpesentre) og Tiller (City Syd). Resten av sonene sammen (5-8 og 10) er det kun bydelssentre.

### 10.1 Senterstruktur Trondheimsregionen

Tidligere ble Trondheim og de fire nabokommunene Klæbu, Melhus, Skaun og Malvik omtalt som Trondheimsregionen. I dag er det et regionsamarbeid også med flere kommuner; Midtre Gauldal, Orkdal, Rissa, og Leksvik og Stjørdal i Nord-Trøndelag. Orkdal og Stjørdal er regionssentre, men har knyttet seg tettere til Trondheim som er landsdelssenteret (Sør-Trøndelag Fylkeskommune, 2012).

### 10.2 Beregningsgrunnlag Trondheim

I analysen ser vi kun på Trondheim kommune for å belyse konkurranseforholdet mellom Trondheim sentrum og eksterne kjøpesentre på Lade Leangen og Tiller. I analysen er Midtbyen, Nedre Elvehavn og Øya definert som Trondheim sentrum. I Trondheim ligger følgende postsoneinndeling til grunn for beregningene:

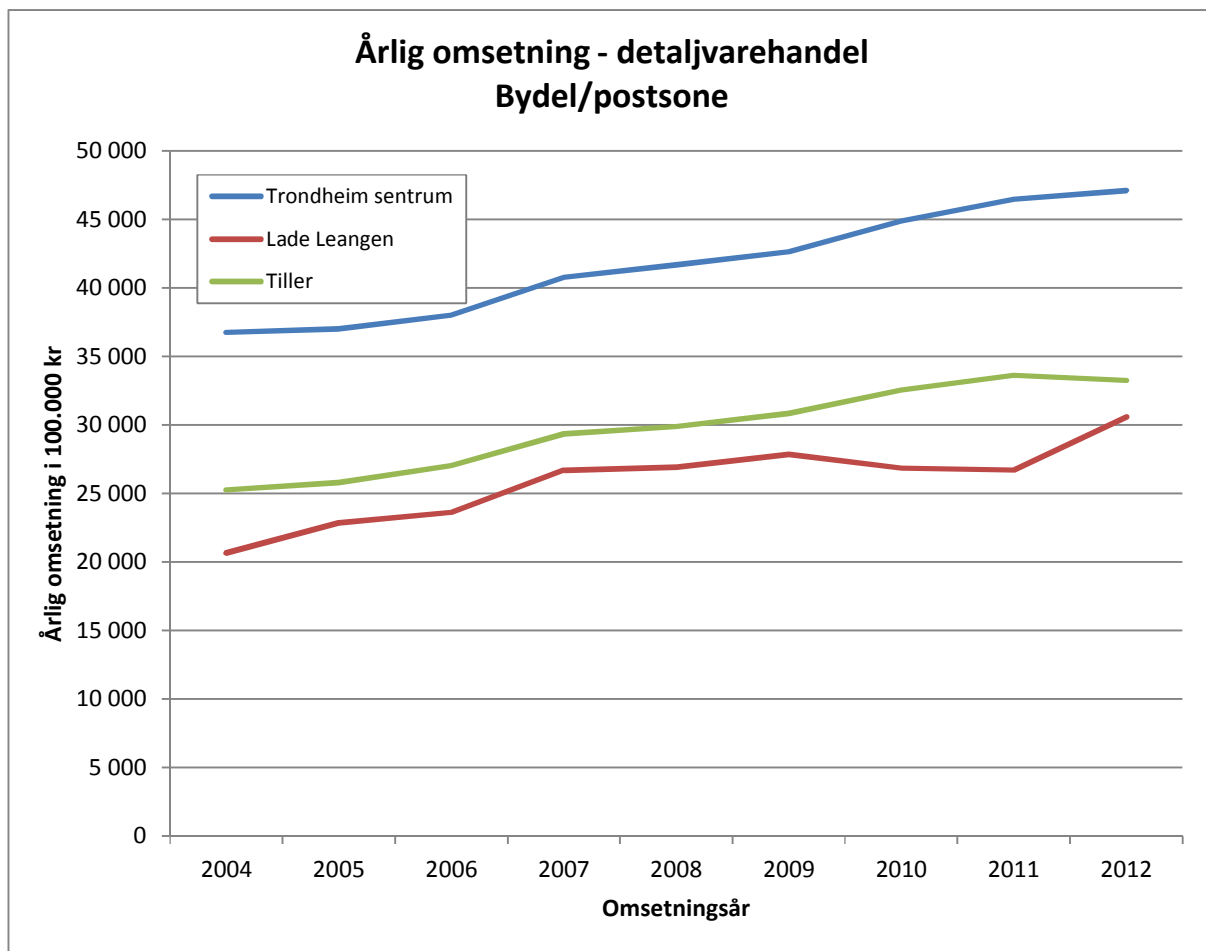
#### Trondheim:

- 1) Midtbyen (7010, 7011, 7012, 7013 )
- 2) Nedre Elvehavn (7014, 7015, 7016, 7042, 7043)
- 3) Øya (7030, 7031, 7032, 7034 )
- 4) Lade Leangen (7040, 7041, 7044, 7053 )
- 5) Moholt (7045, 7046, 7048, 7049, 7050, 7051, 7052)
- 6) Jakobsli (7047, 7054, 7056, 7057, 7058, 7059)
- 7) Byåsen (7018, 7019, 7020, 7021, 7022, 7023, 7024, 7025, 7026, 7027, 7028, 7029)
- 8) Heimdal (7070, 7072, 7074, 7078, 7079, 7080, 7082, 7083, 7088, 7089, 7097, 7098, 7099)
- 9) Tiller (7075, 7081, 7091, 7092)
- 10) Nardo (7033, 7036, 7037, 7038, 7039)

### 10.3 Analyser Trondheim

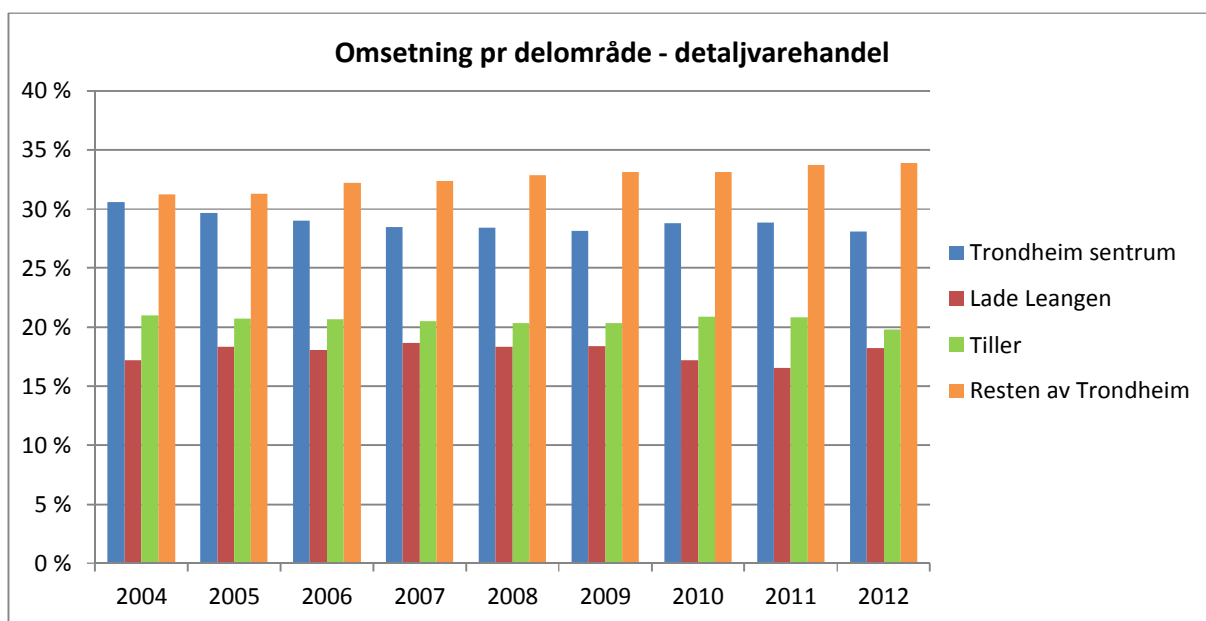
#### 10.3.1 Utviklingen i detaljvarehandel i Trondheim

De største eksterne kjøpesentrene i Trondheim kommune ligger på Lade Leangen og på Tiller. Innenfor detaljvarehandel er det Trondheim sentrum som har hatt den høyeste omsetningen, se Figur 44.



Figur 44. Omsetning detaljvarehandel i Trondheimsregionen

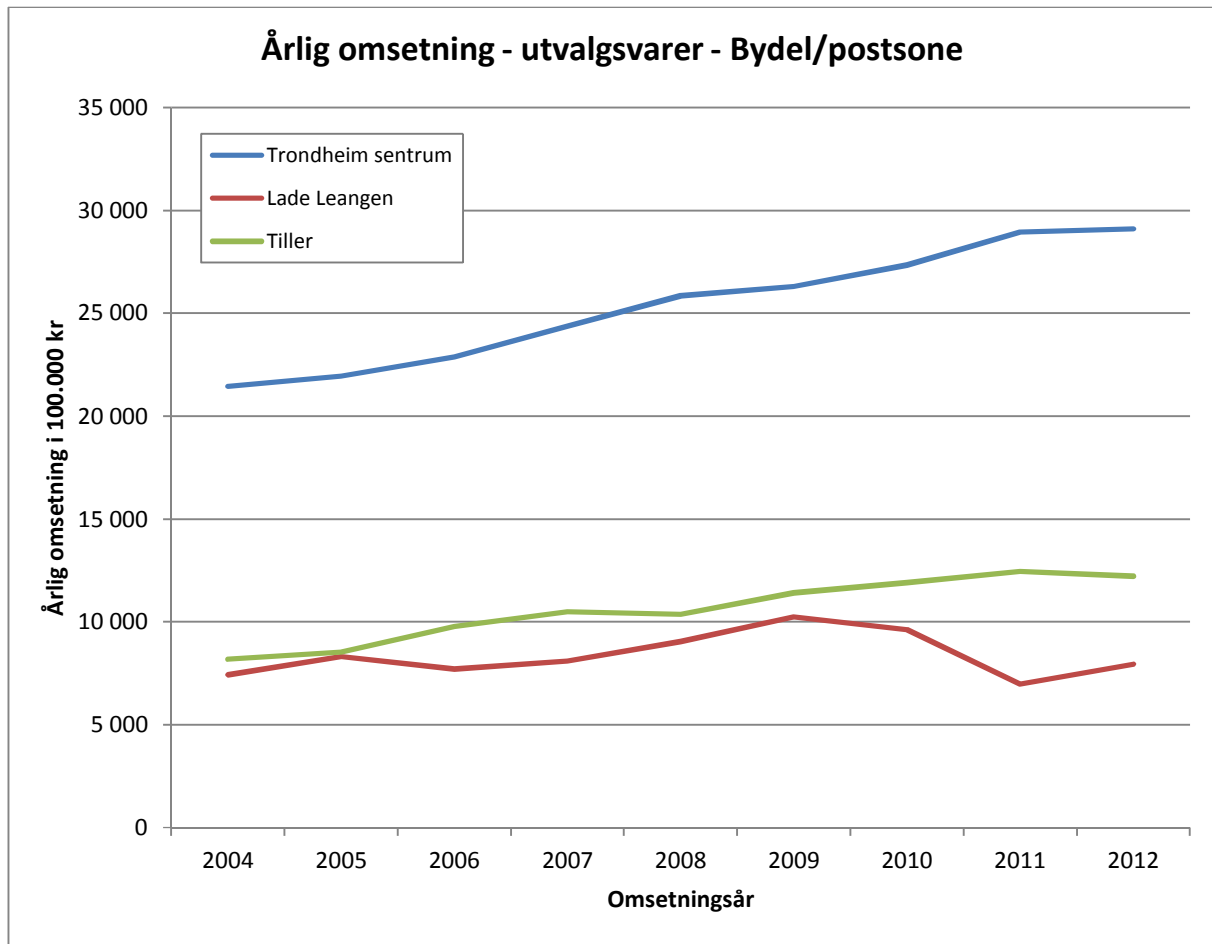
I 2004 hadde Trondheim sentrum en markedsandel på 31 prosent, og i 2012 var den 28 prosent, se Tabell 18. I analyseperioden har den ligget rett i underkant av en tredjedel av markedet med litt svingninger innenfor 1 prosentpoeng. Kjøpesentrene på Lade Leangen har stor sett hatt den samme markedsandelen i hele perioden, og det samme gjelder for Tiller.



Figur 45 . Delområdenes andel av samlet omsetning i Trondheim, detaljvarehandel

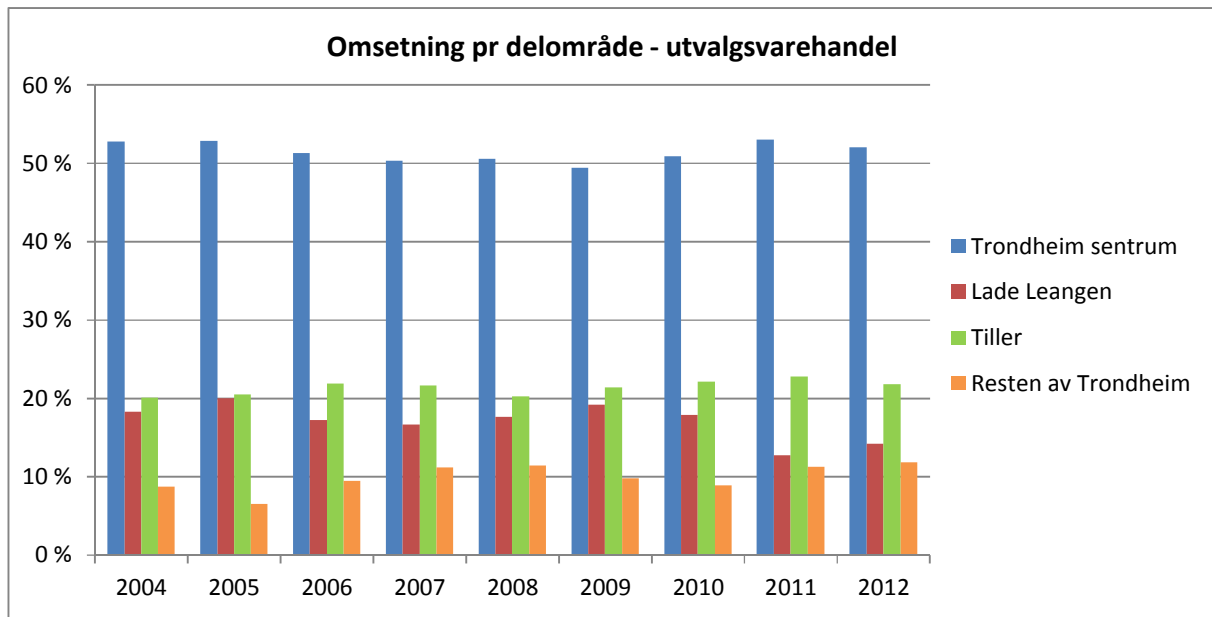
### 10.3.2 Utviklingen innenfor utvalgsvarehandel i Trondheim

Trondheim sentrum har hatt den største omsetningen av utvalgsvarer av de tre områdene vi har sett på.



Figur 46. Utvikling i årlig omsetning for utvalgsvarehandel i Trondheimsregionen

Trondheim sentrum har hatt rundt halvparten av markedet for utvalgsvarer, se Figur 47. Lade Leangen sin andel er redusert i perioden, og Tiller sin andel har ligget rundt 20 prosent.



Figur 47. Delområdenes andel av samlet omsetning i Trondheim, utvalgs varehandel

## 10.4 Oppsummering Trondheim

Trondheim sentrum har høyest omsetning av detaljvarer, og størst vekst. Avstanden til omsetningen for handelstilbudet på Lade har vært ganske lik i hele perioden. Det var vært en liten nedgang i markedsandelen for sentrum i Trondheim, og da er det resten av kommunen som har fått økt andel, på bekostning av Lade Leangen, se Tabell 18.

Innenfor utvalgs varehandel er det også Trondheim sentrum som har den høyeste omsetningen. Det har vært en omsetningsvekst som har flatet ut de siste årene.

Tabell 18. Delområdenes andel av samlet omsetning i Trondheimsregionen, detaljvarehandel og utvalgs varehandel. Kilde: Omsetningsstatistikk, SSB.

Delområde/andel	Detaljvarer			Utvalgsvarer		
	2004	2012	Endring	2004	2012	Endring
Trondheim sentrum	31 %	28 %	-3 %	53 %	52 %	-1 %
Lade Leangen	17 %	18 %	1 %	18 %	14 %	-4 %
Tiller	21 %	20 %	-1 %	20 %	22 %	2 %
Resten av Trondheim	31 %	34 %	3 %	9 %	12 %	3 %

## 11 OPPSUMMERING

### Nedre Glomma-regionen

I Sarpsborg og Fredrikstad kommune har det vært en ganske tydelig utvikling. Omsetningsutviklingen i Sarpsborg sentrum har hatt en nedadgående trend, mens de eksterne kjøpesentrene på Tunejordet og Alvim har hatt en sterk vekst i omsetningen. Det eksterne kjøpsenterområdet Dikeveien på Rolvsøy i Fredrikstad kommune har hatt en sterk vekst, mens omsetningen i Fredrikstad sentrum har stoppet opp. Det har vært en nedgang i andel av omsetningen for detaljvarer og utvalgsvarer for begge bysentra.

### Drammen, Nedre Eiker og Lier

Vi har sett på konkurranseforholdet mellom Drammen sentrum og kjøpesentrene i Nedre Eiker og Lier. Gulskogen kjøpesenter har økt sin andel av omsetningen, mens Drammen sentrum har hatt en gradvis reduksjon i markedsandel innenfor detaljvarehandel. CC-området har ligget stabilt på 5 prosent. Liertoppen og Krokstadelva har fått redusert sine andeler av omsetningen de siste årene av analyseperioden. Vi ser det samme mønsteret for utvalgsvarehandel.

Hvis vi bare ser på Drammen kommune har Drammen sentrum tapt markedsandeler, spesielt siden 2008. Sentrum økte sin markedsandel for detaljvarehandel først i perioden, for så å få redusert markedsandel fra og med 2007. Når det gjelder utvalgsvarer har Drammen sentrum tapt markedsandeler i nesten hele perioden, og spesielt fra 2007, mens kjøpesentrene Gulskogen, CC-området og Åssiden sett under ett totalt har økt sin markedsandel fra 2007. Sett hver for seg er det Gulskogen som har økt mest i Drammen.

### Grenlandsregionen

Skien sentrum har hatt en nedgang i omsetningen siden 2008. Det samme ser vi i Porsgrunn sentrum, noe som har gitt en reduksjon av markedsandelen. Porsgrunn sentrum har fortsatt den høyeste andelen av omsetningen i Grenland. I Stathelle er det motsatt, og de har gradvis økt sin markedsandel. For utvalgsvarehandel er det spesielt Herkules som har økt sin andel av omsetningen, og tatt andeler fra Porsgrunn og Skien sentrum, men også Stathelle med Brotorvet har styrket sin posisjon.

### Arendalsregionen

I Arendalsregionen har handelstilbudet på Stoa vokst til å bli nesten like stort som Arendal sentrum. Vi har ikke hatt mulighet til å se på effekten av Harebakken senter som ligger i utkanten av Arendal sentrum, og heller ikke på effekten av kjøpesenteret Grisen Storsenter i Tvedestrand, da dette ligger i samme postsone som Tvedestrand sentrum.

### Kristiansandsregionen

I Kristiansandsregionen er det også et tydelig bilde med økt andel av omsetning til Sørlandsparken både for detaljvarer og utvalgsvarer, mens det har vært en nedgang i markedsandeler for Kristiansand sentrum.

### Stavangerregionen

I Stavangerregionen har vi sett på både Stavanger og Sandnes sentrum i forhold til bydelene rundt. For detaljvarer så har spesielt Stavanger sentrum tapt andeler, mens områdene rundt, og resten av handelstilbudene i kommunene Stavanger, Sandnes og sola har styrket seg.

For utvalgsvarer er denne trenden enda mer tydelig. Selv om omsetningen i Stavanger og Sandnes sentrum har vært relativt stabil så har de totalt sett blitt svekket i forhold til de kjøpesenterpregede bydelene rundt. Spesielt Forus og Madla har begge hatt en økning i denne perioden.

### Haugalandet

På Haugalandet er det konkurransen mellom Haugesund sentrum og Raglamyr som er mest interessant. Raglamyr er et område like utenfor Haugesund sentrum med flere store varehus og kjøpesenter. Analysen viser at Haugesund sentrum har blitt betydelig svekket. Omsetningen innen detaljvarer og utvalgsvarer har vært relativt stabil siden 2004, mens Raglamyr har vokst kraftig. For utvalgsvarer så har Haugesund sentrum sin andel av omsetningen gått ned med 10 prosentpoeng, mens Raglamyr økte med 11 prosentpoeng.

### Trondheim

I Trondheim sentrum har andelen av omsetningen innenfor detaljvarehandel ligget rett i underkant av en tredjedel av markedet med litt svingninger innenfor 1 prosentpoeng. Kjøpesentrene på Lade Leangen og Tiller har stor sett hatt den samme markedsandelen i hele perioden. For utvalgsvarer har det vært ganske stabile markedsandeler for Trondheim sentrum og Tiller, mens Lade Leangen sin andel er redusert i analyseperioden. Trondheim sentrum har hatt rundt halvparten av markedet for utvalgsvarer og Tiller rundt en femtedel.

### Alle områdene

For detaljvarehandel har alle bysentra tapt markedsandeler, bortsett fra Stathelle, se Tabell 19. Veksten i Stathelle kan skyldes utvidelsen av Brotorvet som ligger i Stathelle sentrum. Kristiansand sentrum har hatt den største nedgangen, etterfulgt av Sarpsborg, Fredrikstad og Stavanger. Nedgangen har vært minst i Sandnes sentrum.

Tabell 19. Omsetningsendring for bysentra 2004-2012, detaljvarehandel

Bysentrum	2004	2012	Endring
Sarpsborg sentrum	27 %	22 %	-6 %
Fredrikstad sentrum	26 %	21 %	-5 %
Drammen sentrum	26 %	22 %	-4 %
Skien sentrum	17 %	14 %	-3 %
Porsgrunn sentrum	28 %	24 %	-4 %
Stathelle	9 %	11 %	2 %
Arendal sentrum	36 %	33 %	-3 %
Kristiansand sentrum	38 %	26 %	-12 %
Stavanger sentrum	19 %	14 %	-5 %
Sandnes sentrum	13 %	11 %	-2 %
Trondheim sentrum	31 %	28 %	-3 %

Det samme bildet ser vi for utvalgsvarehandel, med nedgang i markedsandel for alle bysentra bortsett fra Stathelle og Sandnes, se Tabell 20. Nedgangen har vært større for utvalgsvarer enn for detaljvarer. Det er Sarpsborg sentrum som har hatt den største nedgangen og Kristiansand nest størst. Trondheim sentrum har hatt minst nedgang i markedsandelen.

Tabell 20. Omsetningsendring for bysentre 2004-2012, utvalgsvarehandel

<b>Bysentrum</b>	<b>2004</b>	<b>2012</b>	<b>Endring</b>
Sarpsborg sentrum	53 %	37 %	-17 %
Fredrikstad sentrum	54 %	47 %	-7 %
Drammen sentrum	37 %	31 %	-6 %
Skien sentrum	25 %	17 %	-8 %
Porsgrunn sentrum	40 %	33 %	-7 %
Stathelle	7 %	11 %	4 %
Arendal sentrum	59 %	49 %	-10 %
Kristiansand sentrum	60 %	48 %	-12 %
Stavanger sentrum	22 %	11 %	-11 %
Sandnes sentrum	3 %	5 %	2 %
Trondheim sentrum	53 %	52 %	-1 %

## REFERANSER

- Asplan Viak (2012) – «Handelsanalyse Buskerud med ATP-modellen».
- Asplan Viak (2013a) – «Nærings- og lokaliseringsanalyse med handel- og senterstruktur Nedre Glomma»
- Asplan Viak (2013b) – «Senterstruktur- og handelsanalyse Grenland».
- Aust-Agder (2001) – «Fylkesdelplan for tettstedsutvikling og kjøpesenteretablering»
- Buskerud fylkeskommune (2003) – «Fylkesdelplan for handel, service og senterstruktur i Buskerud»
- Hordaland fylkeskommune og Rogaland fylkeskommune (2003) – «Fylkesdelplan for areal og transport på Haugalandet. Høringsutkast»
- Hordaland fylkeskommune og Rogaland fylkeskommune (2011) – «Regional plan for areal og transport på Haugalandet. Forslag til vurdering av senterstruktur og handelslokalisering. Arbeidsnotat».
- Miljøverndepartementet (2008) – «Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre»
- Miljøverndepartementet (1993) – «Rikspolitiske retningslinjer for samordnet areal- og transportplanlegging», Rundskriv nr. T-5/93.
- Sør-Trøndelag fylkeskommune (2012) – «Regional planstrategi for Sør-Trøndelag 2012-2015»
- Telemark fylkeskommune (2004) – «Fylkesdelplan for senterstruktur i Telemark».
- Vest-Agder fylkeskommune (2003) – «Fylkesdelplan for senterstruktur og lokalisering av handel og tjenester i Vest-Agder»
- Østfold fylkeskommune (2008) - «Fylkesdelplan, areal og transport for Nedre Glomma»



## UTVALGTE REFERANSER TIL HANDELSANALYSER

### Sarpsborg og Fredrikstad:

Asplan Viak (2013a) – «Nærings- og lokaliseringsanalyse med handel- og senterstruktur Nedre Glomma». Prosjektnr. 531937

### Buskerudbyen:

Asplan Viak (2012a) – «Handelsanalyse Buskerudbyen». Prosjektnr. 527818.

Asplan Viak (2012b) – «Handelsanalyse Buskerud med ATP-modellen». Prosjektnr. 528549.

### Grenland:

Asplan Viak (2013b) – «Senterstruktur- og handelsanalyse Grenland». Prosjektnr. 531935.

### Aust-Agder, Vest-Agder, Rogaland og Hordaland:

Asplan Viak (2013c) – «Varehandelsundersøkelsen 2013». Prosjektnr. 532626

### Ørsta-Volda:

Asplan Viak (2013d) – «Handelsanalyse Ørsta Volda». Prosjektnr. 531049.

### Oslo/Akershus:

Asplan Viak (2013e) – «Handelsanalyse Kjelsrudbyen». Prosjektnr. 527353.

### Hønefoss:

Asplan Viak (2012c) – «Handels- og byutviklingsanalyse for Hønefoss». Prosjektnr. 529443.

### Haugesund:

Asplan Viak (2009) – «Handelsanalyse Haugalandet». Prosjektnr. 521007.

### Hedmark:

Asplan Viak (2010) – «Varehandel i Hedmark». Prosjektnr. 523810.

### Trondheim:

Asplan Viak (2011) – «ATP-handel. Lokalisering av handel – utvikling av handelsmodellen ATP-handel. Beregning av transport- og klimamessige konsekvenser av handelsetableringer».