

Klikk eller trykk her for å skrive inn tekst.

# HANDELSANALYSE (NYE) ULLENSVANG KOMMUNE

Rapporten viser omfang, utbredelse og utvikling over tid av detaljvarehandel i Nye Ullensvang kommune

**Dato: 07.02.2019**

**Versjon: 01**



## Dokumentinformasjon

<b>Oppdragsgiver:</b>	Odda kommune
<b>Tittel på rapport:</b>	Handelsanalyse Ullensvang
<b>Oppdragsnavn:</b>	Utarbeide handelsanalysen
<b>Oppdragsnummer:</b>	621233-01
<b>Utarbeidet av:</b>	Sven Haugberg
<b>Oppdragsleder:</b>	Sven Haugberg
<b>Tilgjengelighet:</b>	Åpen

## Kort sammendrag

Jondal, Ullensvang og Odda vil fra 2010 utgjøre en kommune – Ullensvang kommune. Det skal utarbeides kommuneplan for denne kommunen. Foreliggende handelsanalyse utgjør et kunnskapsgrunnlag for arbeidet med kommuneplanen.

Regionen har opplevd betydelig fall i folketallet siste 30, 40 årene og ifølge SSB vil det neppe bli vekst i folketallet de nærmeste årene.

Analysen viser at det er underdekning for de fleste forretningstyper i Ullensvang bortsett fra innen varehandel der særlig hytteturismen bidrar til høy omsetning.

Dessuten er omsetning av drivstoff høyere enn innbyggertallet skulle tilsi. Det skyldes mellom anna turistene bunkring ved hovedvegene gjennom kommunen.

Det har vært noe stenging av forretninger innen visse bransjer de seinere årene. Det kan skyldes sterk konkurranse kombinert med fallende folketall.

01	07.02.19	Sluttrapport	SH	
<b>VERSJON</b>	<b>DATO</b>	<b>BESKRIVELSE</b>	<b>UTARBEIDET AV</b>	<b>KS</b>

## Forord

---

I forbindelse med utarbeiding av ny kommuneplan for nye Ullensvang kommune, en sammenslåing av Odda, Jondal og Ullensvang, er det ønskelig å utarbeide en handelsanalyse for den nye kommunen. Analysen skal brukes som beslutningsgrunnlag i kommuneplanens samfunns- og arealdel, der næringsstilrettelegging er stadfestet som et av hovedområdene for planarbeidet.

Hovedmålet med handelsanalysen er å skape et godt beslutningsgrunnlag for en helhetlig og bærekraftig næringsstrategi for den nye kommunen.

I forkant av sammenslåingen er det allerede fastlagt at Odda blir kommune- og regionsenter og at Jondal og Kinsarvik skal være kommunedelsenter.

Foreliggende handelsanalyse er utarbeidet av Asplan Viaks Stavanger-kontor med Sven Haugberg som oppdragsleder. Renata Aradi har stått for utarbeidelse av karter og for beregning av verdiskaping.

Fra oppdragsgivers side har Harald Grande bidratt med innspill og kommentarer sammen med Kristian Bondhus-Jensen.

Stavanger, 07.02.2019

Sven Haugberg  
**Oppdragsleder**

## Innhold

<b>1. KOMMUNENE .....</b>	<b>5</b>
<b>2. FOLKETALL .....</b>	<b>8</b>
<b>3. SYSSELSETTING.....</b>	<b>12</b>
<b>4. VAREGRUPPER .....</b>	<b>15</b>
4.1. Metode.....	15
4.2. Definisjon av varegrupper .....	15
<b>5. RESULTATER REGIONSNIVÅ.....</b>	<b>17</b>
5.1. Omsetning Ullensvang .....	17
5.2. Omsetning per innbygger.....	18
5.3. Dekningsgrader .....	24
5.4. Tettstedene.....	25
<b>6. VERDISKAPING .....</b>	<b>28</b>
<b>7. VEDLEGG.....</b>	<b>29</b>

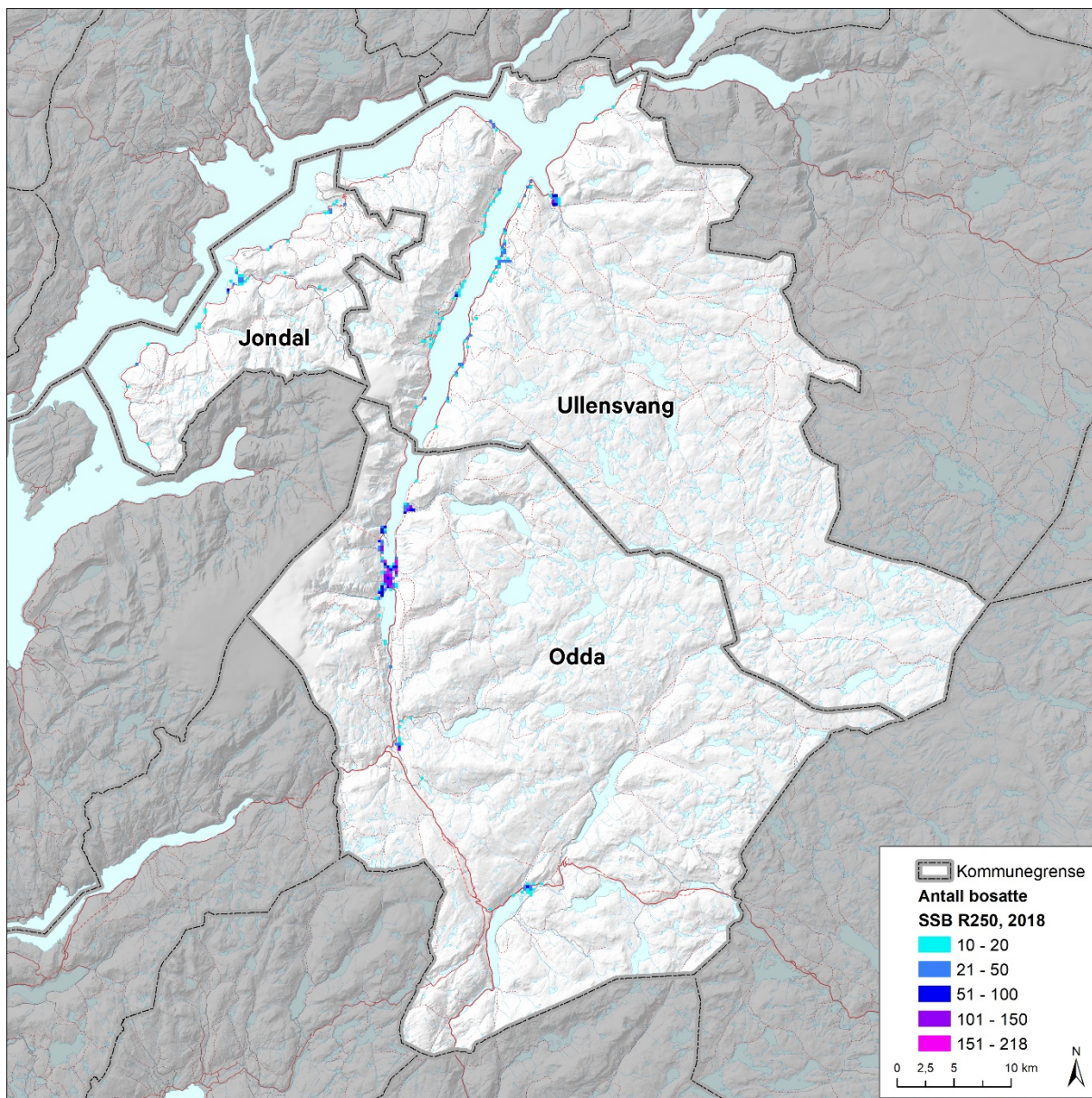
# DEL 1 REGIONEN

## 1. KOMMUNENE



(Nye) Ullensvang kommune ligger i Hardanger i Hordaland og vil bestå av kommunene Odde, Jondal og Ullensvang Herad. Den nye kommunen strekker seg fra Utne i nord til Røldal og Haukelifjell i sør-øst og nesten til Fjæra i sør-vest. Fra Odde til Bergen er det om lag 3 timers kjøretid litt avhengig av vegvalg og om det forutsettes ferje. Til Oslo over Haukelifjell er det 5,5 times kjøretid.



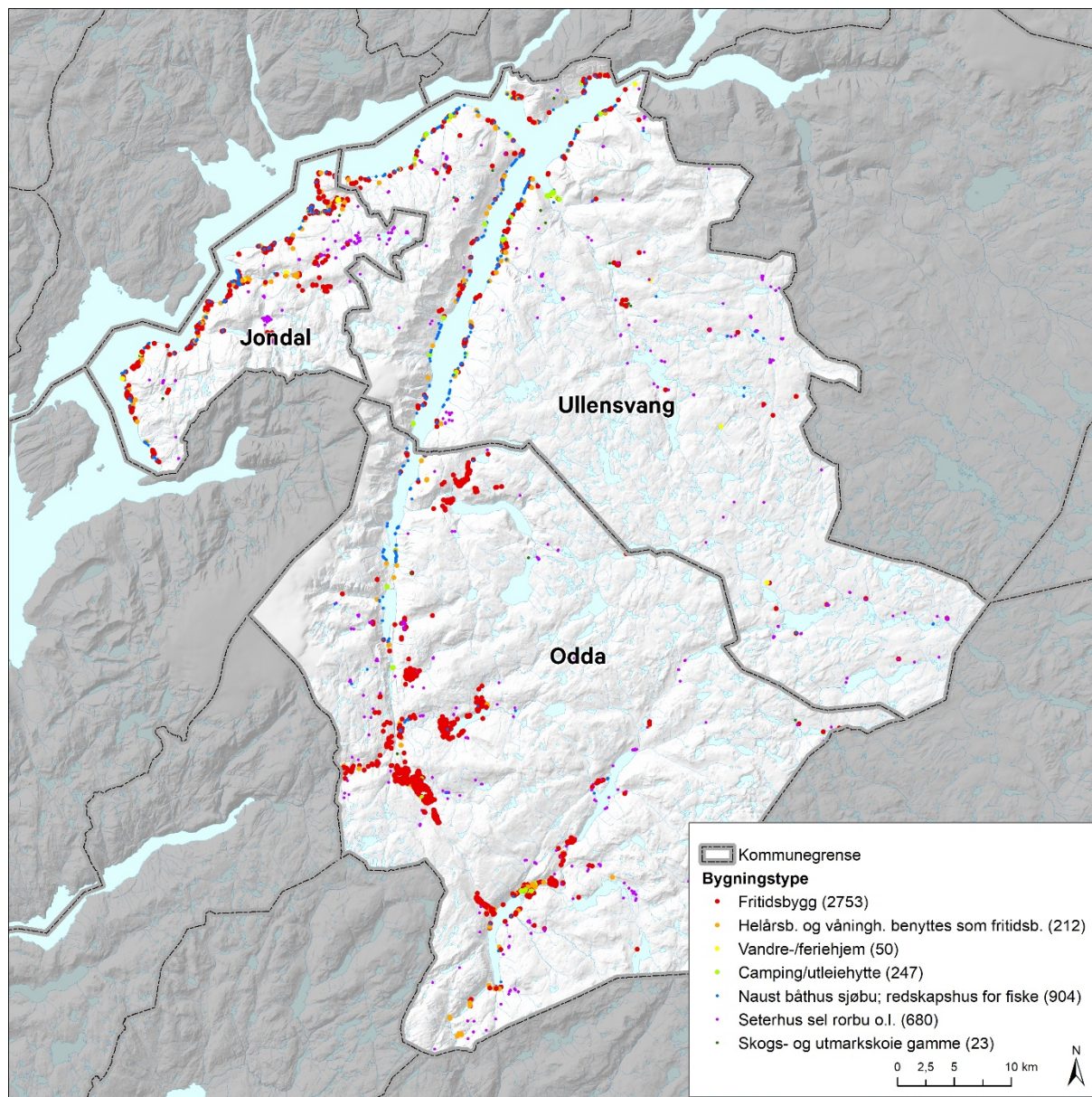


Figur 1-1 Kartet viser at bosettingen i hovedsak er langs kysten bortsett fra noe ved Skare (Steinberg bru) og i Røldal.

Tettstedet Odda i Odda kommune er det dominerende tettstedet i dagens Odda og i den kommende Ullensvang. Bebyggelsen finner en langs kysten og i dalbunene, mens det er store ubebygde arealer i høyfjellet.

I kommunene er det større hytteområder – både langs kysten og i fjellet i alt om lag 3000 fritidsboliger. Kartet på neste side hvor det er større konsentrasjoner av ulike former for fritidsboliger og hytter.





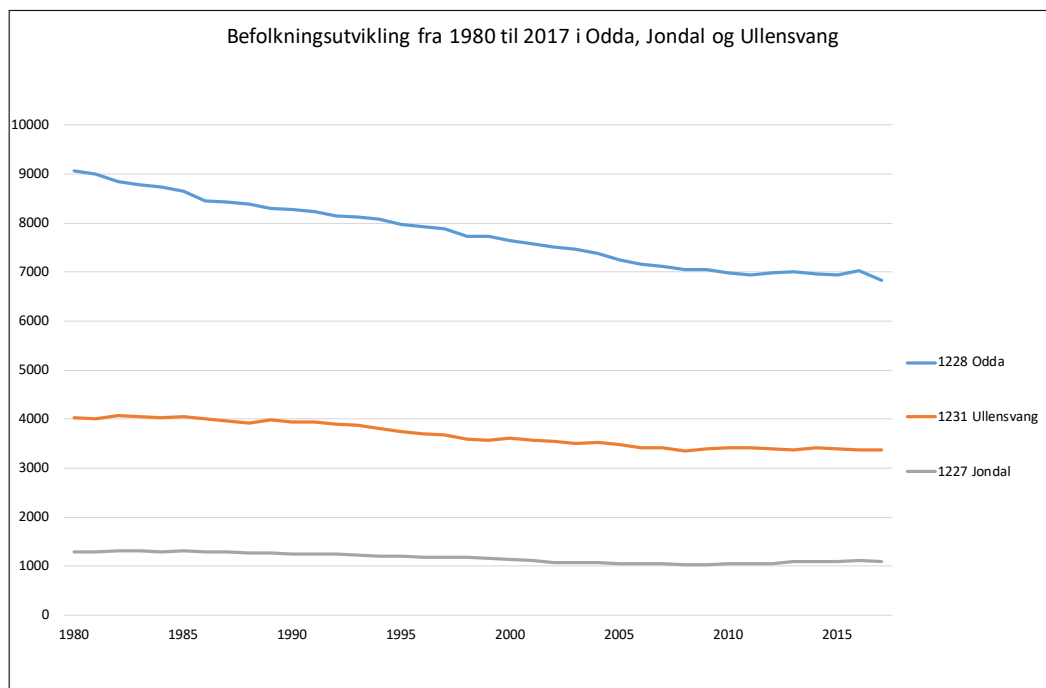
Figur 1-2 Områder med hyttet (fritidsboliger i kommunen (Kilde: Norges Eiendommer, Ambita Infoland, 01.2019)

En finner fritidsbolige både langs kysten og i (høy)fjellet. Hytteturismen bidrar til varehandel innenfor flere bansjer.



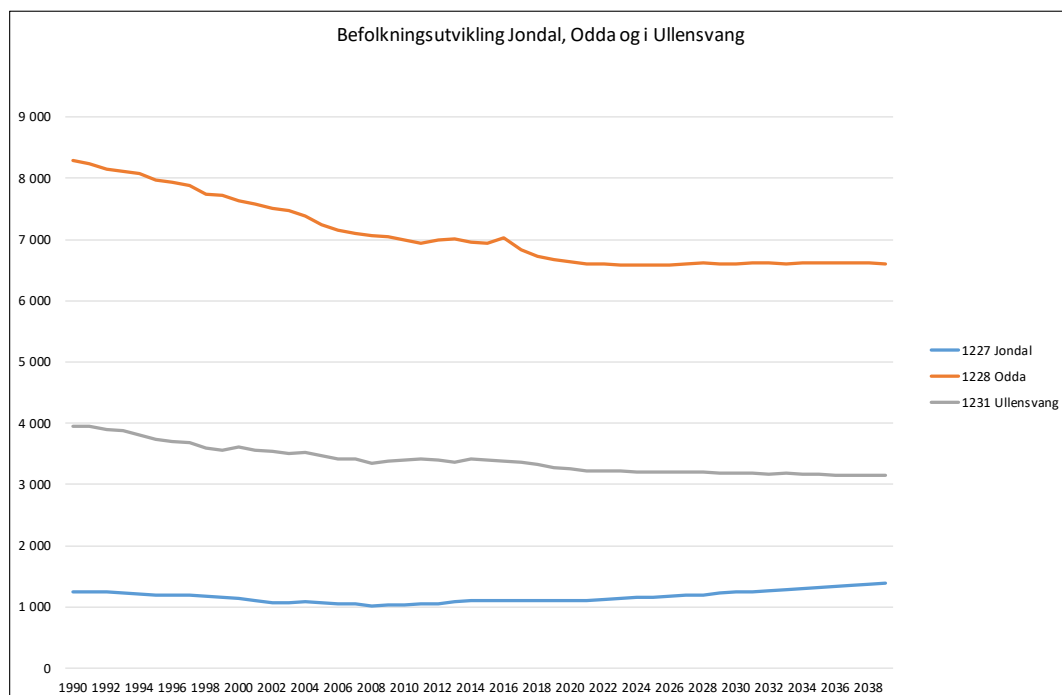
## 2. FOLKETALL

Folketallet i de tre kommunen som vil utgjøre nye Ullensvang kommune, har falt betydelig siden 1980, fra ca 14400 til 11300 nå.



Figur 2-1 Befolkningsutvikling fra 1980 til utgangen av 2017

I de nærmeste årene ventes at folketallet vil fortsette å synke noe i Odda og i Ullensvang, mens Jondal kan få noe vekst:

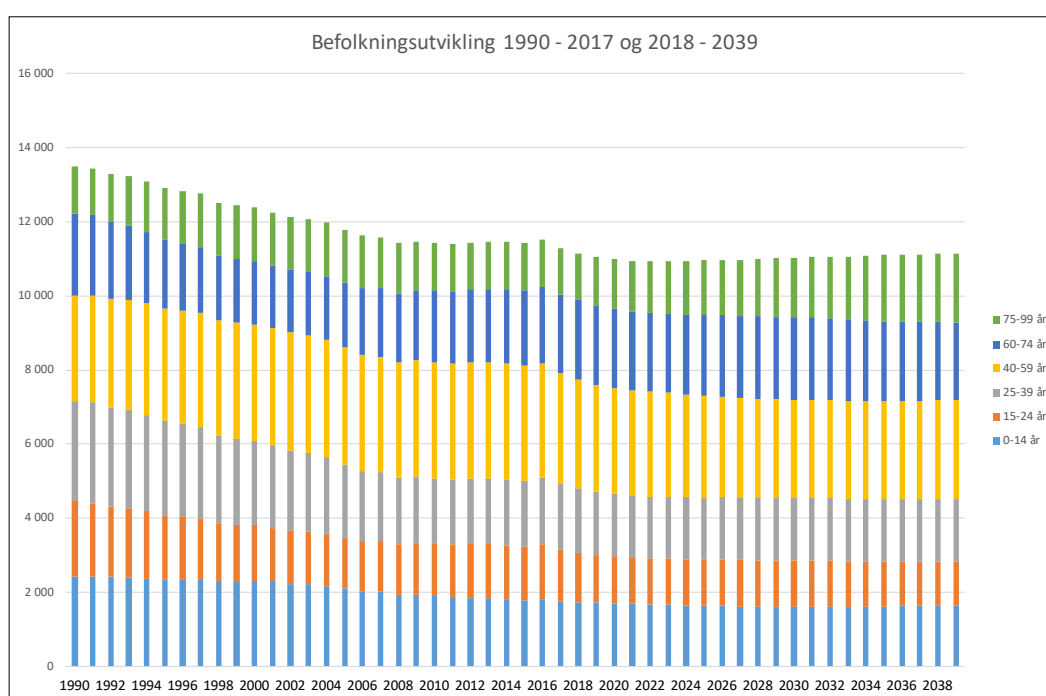


Figur 2-2 Befolkningsutvikling i kommune 1990 til 2017 og 2018 – 2039 (SSB prognose 4M).

Fremskrevne tall fra SSB viser at vi får færre og færre barn og at andel eldre vil øke fremover. Resultatet kan slå ut på måten man bruker penger og hva det er etterspørsel etter. Eldre trenger andre ting enn yngre og bruker også mindre. En pensjonistinntekt er gjennomsnittlig en halv inntekt til yrkesaktive.

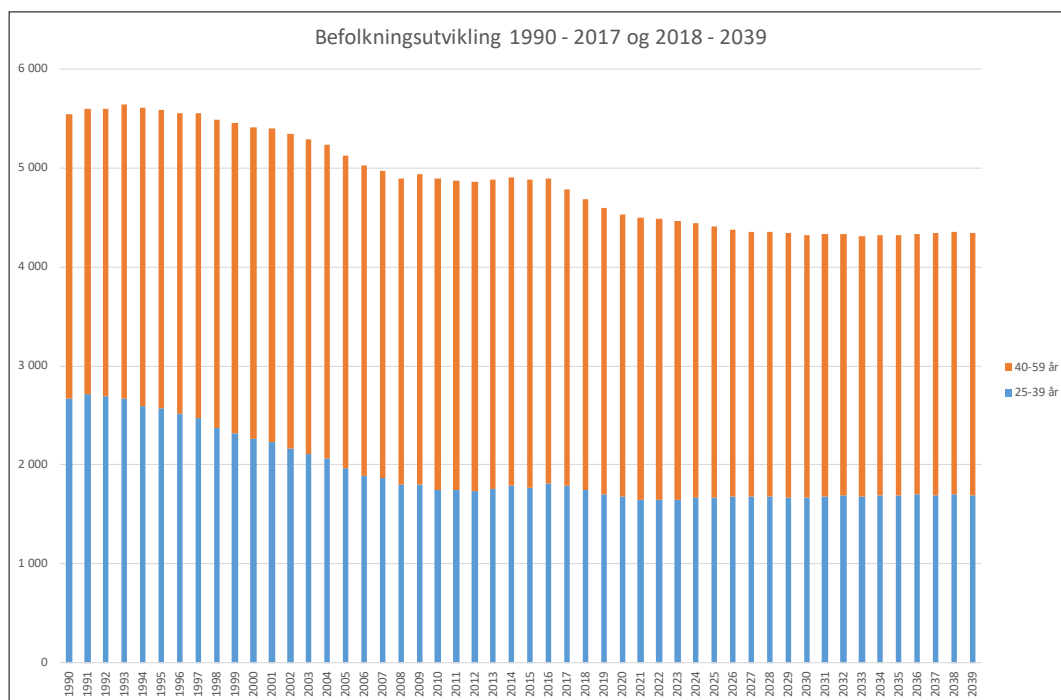
Generelt skal folketallet, i henhold til SSB sitt middelalternativ, holde seg noenlunde stabilt fremover i Ullensvang kommune.

Betydelig nedgang i Odda og i Ullensvang siste 30 år, noe mindre nedgang i Jondal. SSBs prognose forventer vekst i Jondal, stabilt folketall i de øvrige to kommunene.



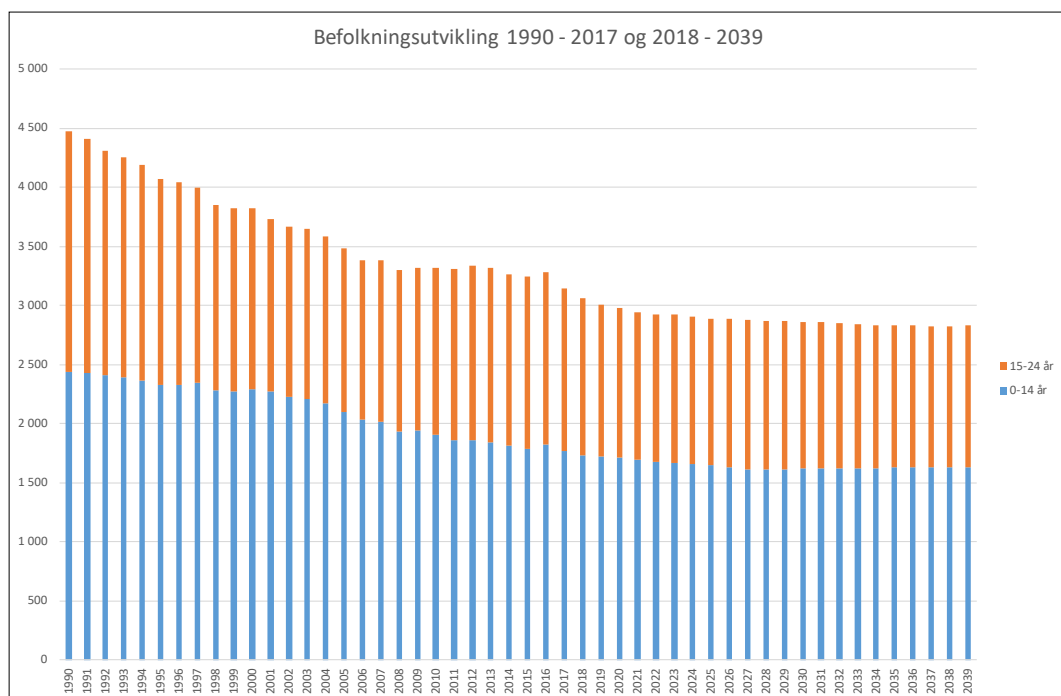
Figur 2-3 Befolkningsutvikling 1990 – 2039 – fordelt på aldersgrupper

Sum befolkningsutvikling i (nye) Ullensvang kommune har vært relativt stabilt siste 8 – 10 år etter mange år med fall i folketall. Prognosen (SSB) antar at fallet fra 2016 til 2019 vil stanse og deretter tilnærmet stabilt neste 20 år – som sum i regionen.



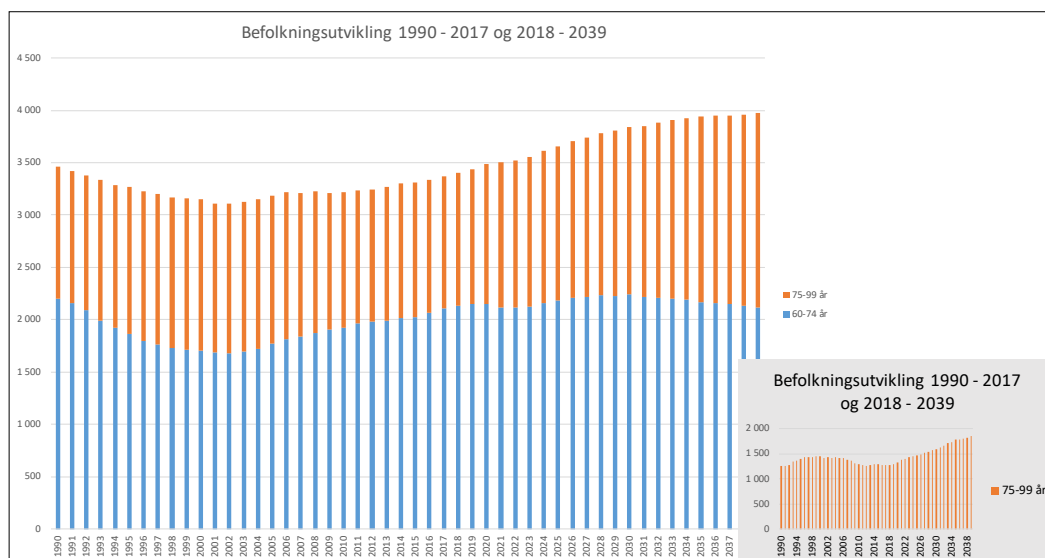
Figur 2-4 Befolkningsutvikling 1990 – 2039 – yrkesaktive aldersgrupper

Inne i en periode med fall i folketallet u de typiske yrkesaktive aldersklassene. Vil trolig stabilisere seg noe de nærmeste årene.



Figur 2-5 Befolkningsutvikling barn og unge

Kraftig fall i antall barn og unge fra 1990 og fram til nå bare avbrutt av den noe stabil periode fra 2008 til 2016. Prognosen tilsier fortsatt noe fall i antall unge.

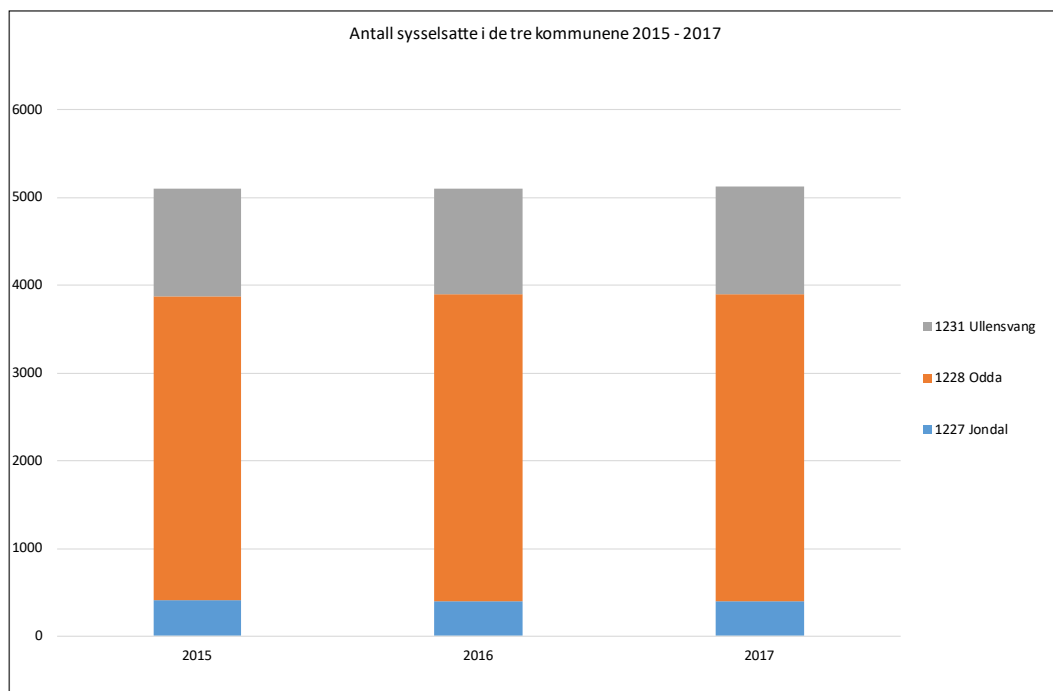


Figur 2-6 Befolkningsutvikling 60+, innfeldt 75+.

Antall eldre falt fra 1990 til årtusenskiftet, deretter noen år med svak vekst, men fra 2015 økende vekst særlig for de eldste eldre (75 +)

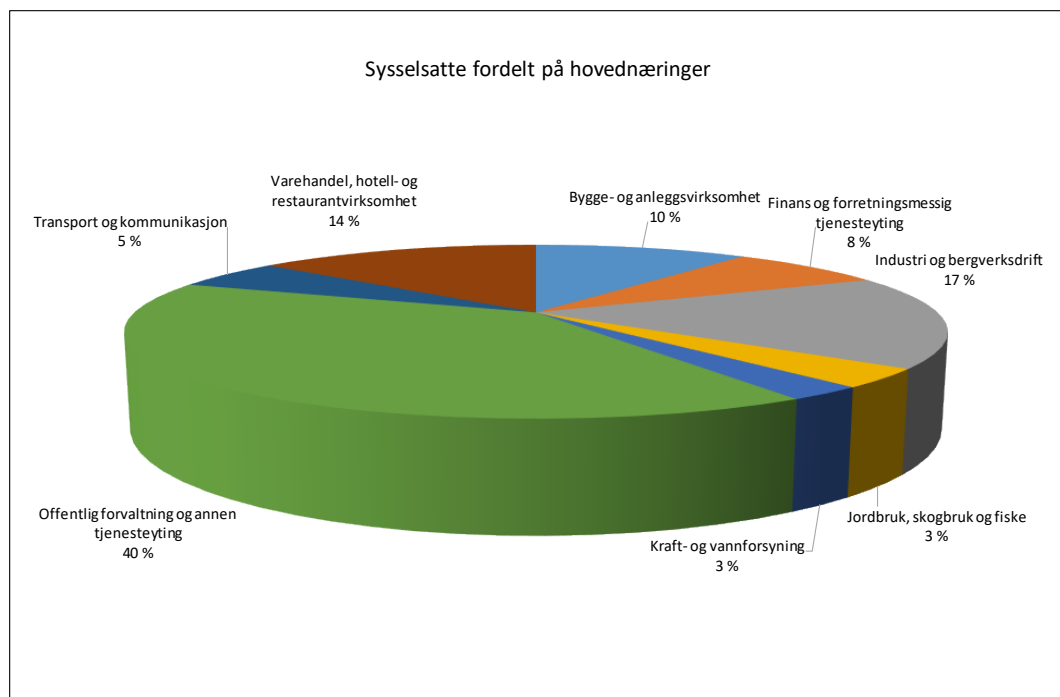


### 3. SYSSELSETTING



Figur 3-1 Samlet sysselsetting (=«arbeidsplasser») i de tre kommunene

Det er ca 5100 sysselsatte i de tre kommunen. De siste tre årene har tallet vært nokså stabilt. Offentlig forvaltning og privat og offentlig tjenesteyting utgjør nær 40% av arbeidsplassene.



Figur 3-2 Sysselsatte fordelt på hovednæringer.

Tabell 3-1 Sysselsetting fordelt på næringer i hver enkelt kommune:

Region/kommune:	Region			
	Jondal	Odda	Ullensvang	Nye Ullensvang
Næring				
Bygge- og anleggsvirksomhet	6 %	10 %	12 %	10 %
Finans og forretningsmessig tjenesteyting	3 %	7 %	11 %	8 %
Industri og bergverksdrift	8 %	22 %	6 %	17 %
Jordbruk, skogbruk og fiske	12 %	1 %	8 %	3 %
Kommunale tjenester	46 %	28 %	38 %	32 %
Kraft- og vannforsyning	2 %	3 %	2 %	3 %
Private tjenester	3 %	3 %	2 %	3 %
Statlige tjenester	1 %	7 %	1 %	5 %
Transport og kommunikasjon	5 %	6 %	4 %	5 %
Varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet	15 %	13 %	15 %	14 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %

Kommunene er ulike, Odda har en høy andel sysselsatte innen industri og bergverk, Jondal har nesten halve sin sysselsetting innen offentlig sektor.

Jondal har en netto utpendling på 125 sysselsatte, Ullensvang har netto utpendling på 420 mens Odda har netto innpendling på 155. I alt har nye Ullensvang en netto utpendling på ca 400 sysselsatte (2017) om internpendlingen utelates. Det er vanlig at noe handel gjøres på arbeidssted. Det er derfor en potensiell handelslekkasje via utpendling fra regionen.

## DEL 2 HANDELSANALYSEN

## 4. VAREGRUPPER

Varer som omsettes har ulike egenskaper og knyttes til ulike handelsmønstre. Dagligvarer handles for eksempel ofte, mens klokker handles svært sjelden. Handler man en genser kan man bære den med seg i en pose, mens handler man et kjøleskap er man avhengig av biltransport for å få det hjem.

Lokalisering av butikker avhenger ofte av hvilke varer butikken selger. Dagligvarebutikker er ofte lokalisert nært der folk bor og/eller jobber slik at man kan handle denne type varer ofte og uten store omveier. Byggevarebutikken legges gjerne der det er godt med plass til både butikk, lager og parkering.

### 4.1. Metode

Datakildene er i hovedsak innhentet for dette formålet fra SSB.

- Kilde: SSB
- Omsetning innen definerte bransjer (se vedlegg)
- Årene 2008 til 2017
- For hver termin (6 tomåneders terminer per år)
- Samlet for regionen (=Nye Ullensvang kommune) for å unngå for mye prikking = færre enn 3 bedrifter per gruppe per geografisk område
- For (Nye) Ullensvang samlet, for Hordaland og for Norge
- Omsetning i de faktiske bedriftene, ikke knyttet til formelle foretak
- Ingen andre variabler enn omsetning

Omsetning for Hordaland og for Norge er utarbeidet for å ha «normer» for hva som er vanlig konsum per innbygger i Norge for de forskjellige varegrupper.

Statistisk sentralbyrå ønsker å presisere at datagrunnlaget er utarbeidet ut ifra tilgjengelige datakilder og at informasjonen er brukt slik det er innrapportert/registrert i registrene på de ulike uttrekktidspunktene.

### 4.2. Definisjon av varegrupper

Bransjeinndelingen som Asplan Viak har benyttet flere ganger, skiller seg fra Hordaland fylkeskommunes inndeling.

Asplan Viaks er noe mer differensiert og består av følgende grupper.

- Dagligvarer
- Butikkhandel med sportsutstyr, spill og leker
- Klær, tekstiler og skotøy
- Møbler, elektro og musikk
- Jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- Annen utvalgshandel
- Handel med og reparasjon av motorkjøretøy
- Postordrehandel og handel via internett

Dette gir Sum detaljvarehandel. Se vedlagte spesifikasjon.

Bransjegliedning gjør det utfordrende med kategorisering av handelstilbudene. Der det tidligere var et mer entydig skille mellom dagligvarehandel og plasskrevende handel, kan kunder i dag handle både dagligvarer og plasskrevende varer i en rekke møbel- og interiørbutikker, elektrobutikker også videre.



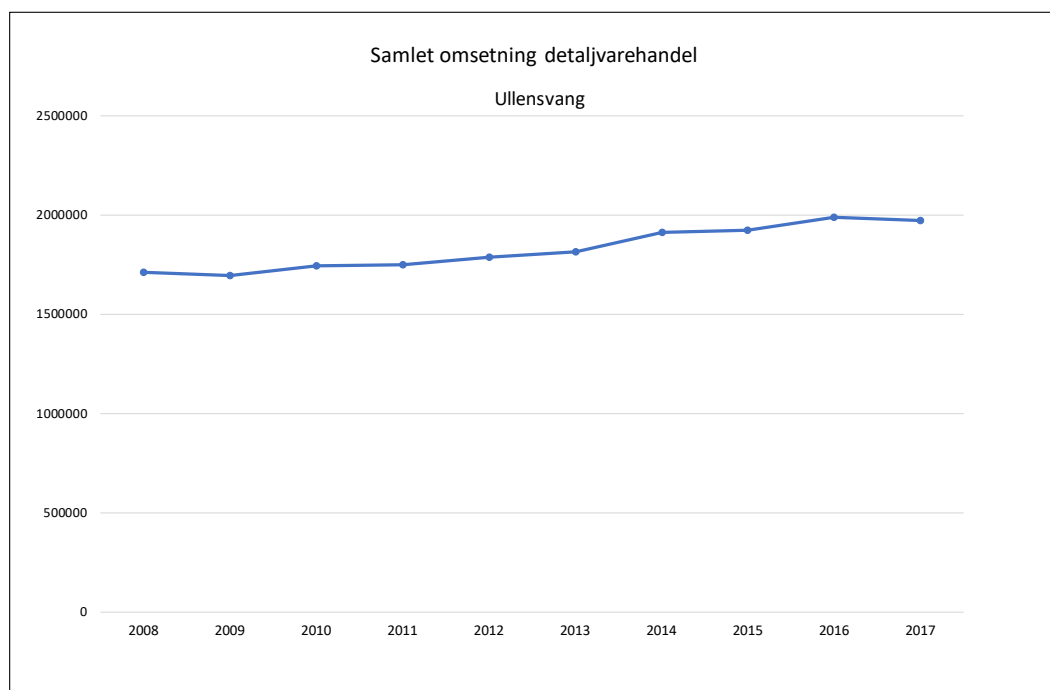
Det kan også tenkes at varetilfanget i en dagligvarebutikk på «landet» er forskjellig fra varetilfanget i en butikk i by. I byer er det som oftest større tilfang av spesialbutikker, mens på mindre steder kan dagligvarebutikker ha preg av «landhandel» med større innslag av ulike utvalgsvarer. Dette bildet er imidlertid ikke absolutt.

## 5. RESULTATER REGIONSNIVÅ

I det etterfølgende presenteres resultater fra analysene først for (Nye) Ullensvang, deretter på regionsnivå, dvs for (Nye) Ullensvang, for Hordaland og for Norge.

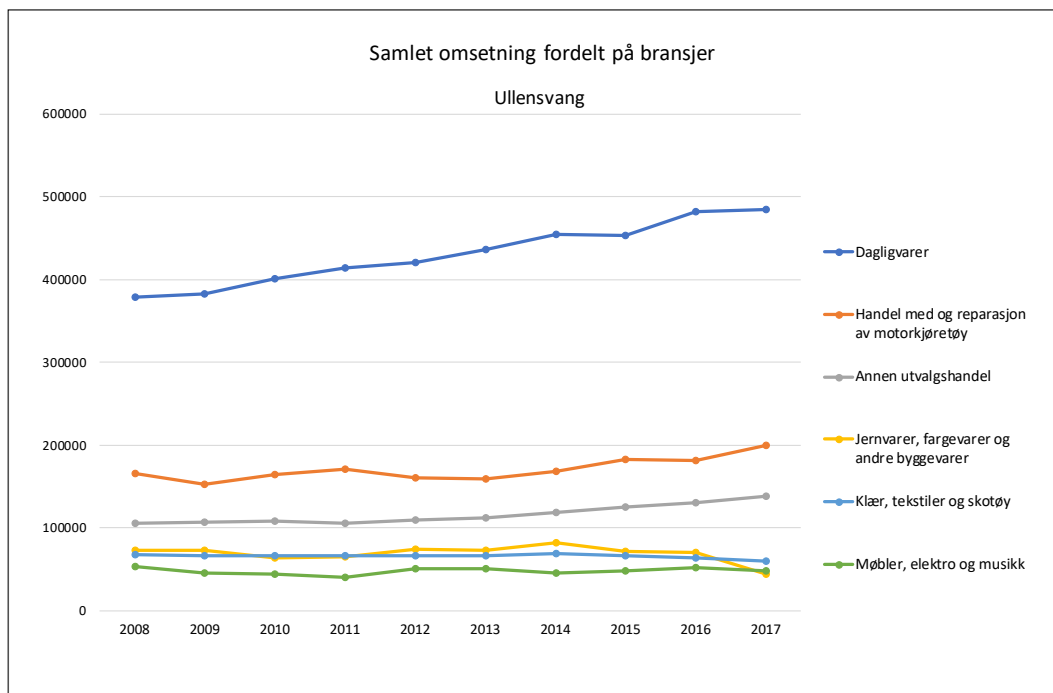
Ullensvang kommune vil på generelt grunnlag fravike noe fra landsgjennomsnittet, da man får handelslekkasje til sterkere omkringliggende markeder.

### 5.1. Omsetning Ullensvang



Figur 5-1 Samlet omsetning innen detaljvarehandel for Ullensvang

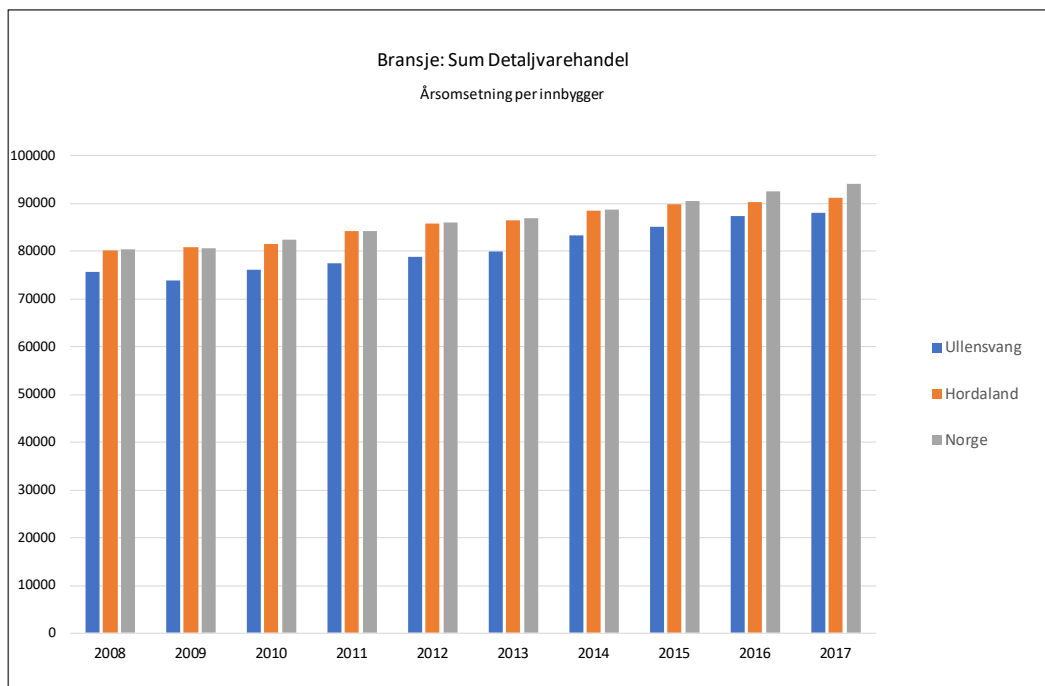
Figuren viser samlet omsetning innen detaljvarehandel i Ullensvang fra 2008 til og med 2017. Vekst hvert år unntatt fra 2016 til 2017. Litt uklart hva fallet kan skyldes. Kan det være fall i innbyggertallet kombindert med noe trangere økonomi?



Figur 5-2 Samlet omsetning fordelt på bransjer 2008 til 2017 i Ullensvang

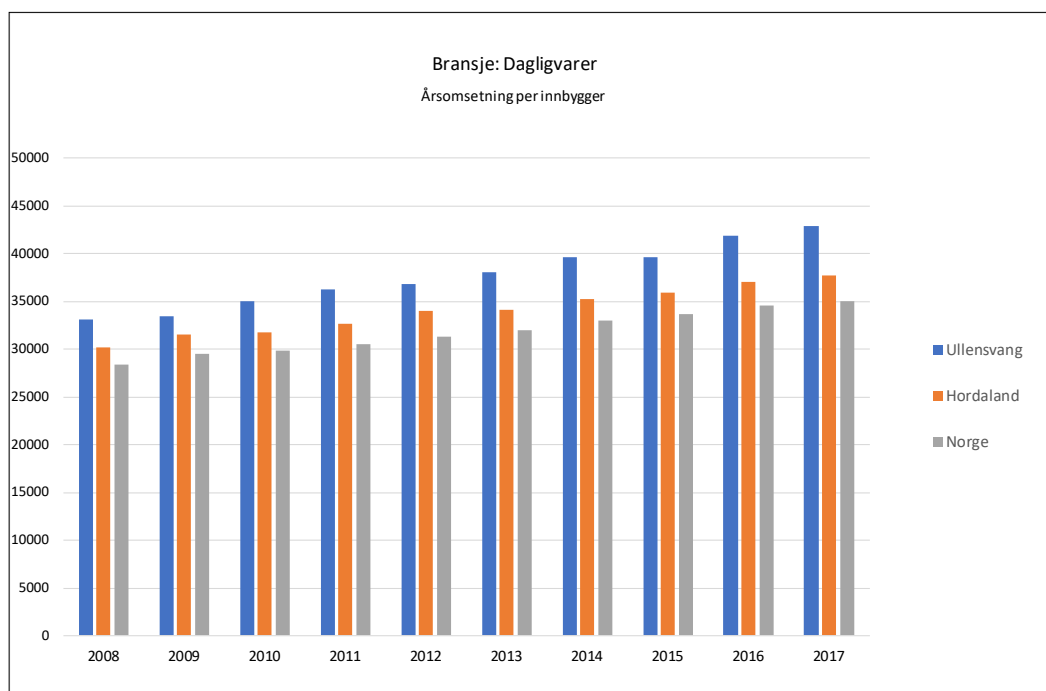
Vi ser stagnasjon innen dagligvarer og sterk vekst rettet mot motorkjøretøy (inkl salg av drivstoff). Samtidig ser vi kraftig nedgang innen jernvare mv – pga butikknedlegging?

## 5.2. Omsetning per innbygger



Figur 5-3 Årlig omsetning innen detaljvarehandel etter regioner

At Ullensvang har lavere omsetning per innbygger enn «normalen», er forståelig. Alltid lekkasje fra mindre regioner til større tettsteder. Omsetning per innbygger stort sett i vekst.



Figur 5-4 Årlig omsetning innen dagligvarer etter regioner

Ullensvang har større omsetning per innbygger innen dagligvarer enn gjennomsnitt for både Hordaland og Norge. Den prosentvise økningen i Ullensvang er større enn i Hordaland og i Norge.

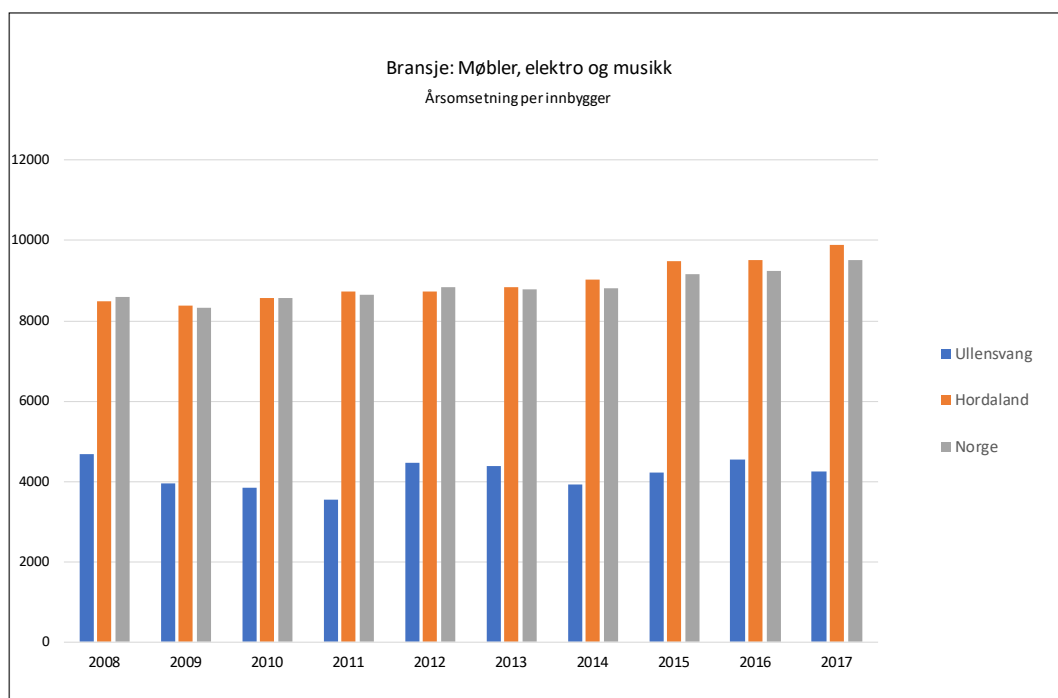
Det kan skyldes turisttilstrømmingen en har opplevd de siste årene. En annen grunn kan være at daglivarehandel også tar for seg flere varegrupper og at man får mer «landhandel». Dette har en derimot bare i Kinsarvik og er ikke utbredt i regionen for øvrig.





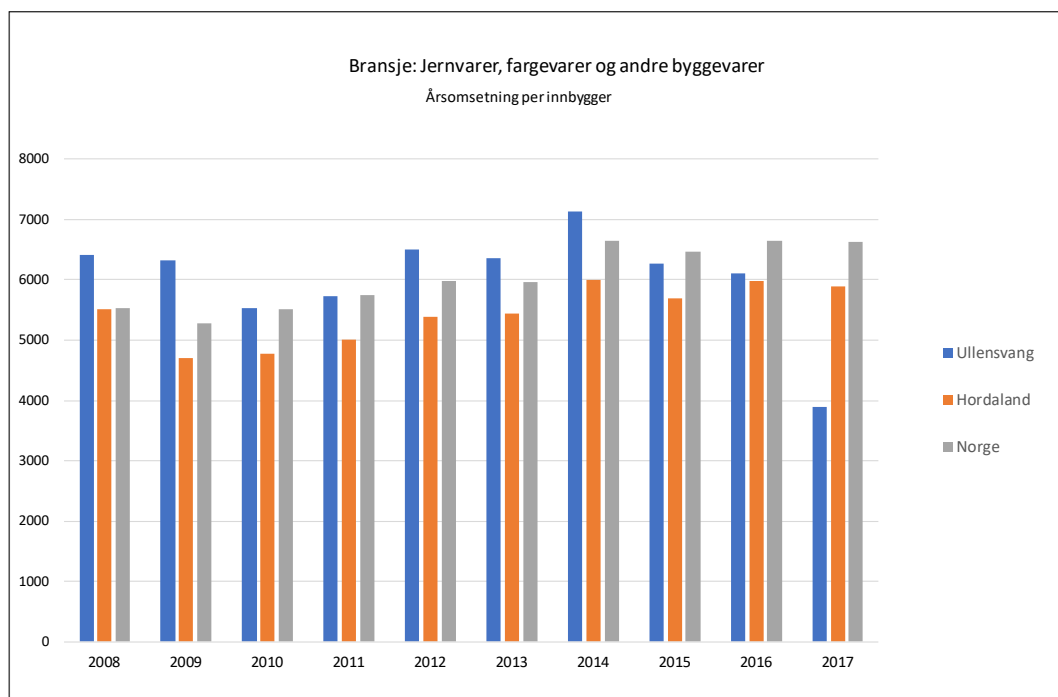
Figur 5-5 Årlig omsetning innen Klær, tekstiler og skotøy etter regioner

Generelt var det en topp i omsetning per innbygger uansett hvilken region en setter søkelyset på . Særlig har omsetningen i Ullensvang falt mye etter 2014. Som ventet betydelig lekkasje ut av Ullensvang.



Figur 5-6 Årlig omsetning innen møbler, elektro og musikk etter regioner

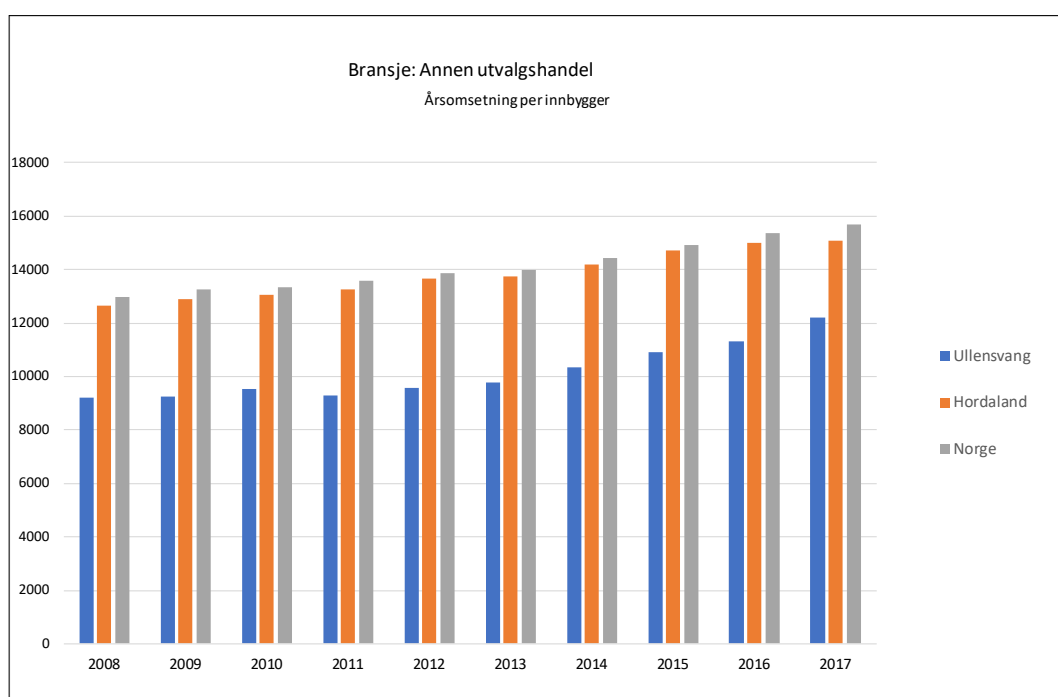
Noe større vekst i Hordaland enn i Norge de siset årene. Varierende omsetning i Ullensvang, men grovt sagt halvparten av landsgjennomsnitt. Ikke uventet stor lekkasje ut av regionen.



Figur 5-7 Årlig omsetning innen jernvarer, fargehandel og andre byggevarer etter regioner

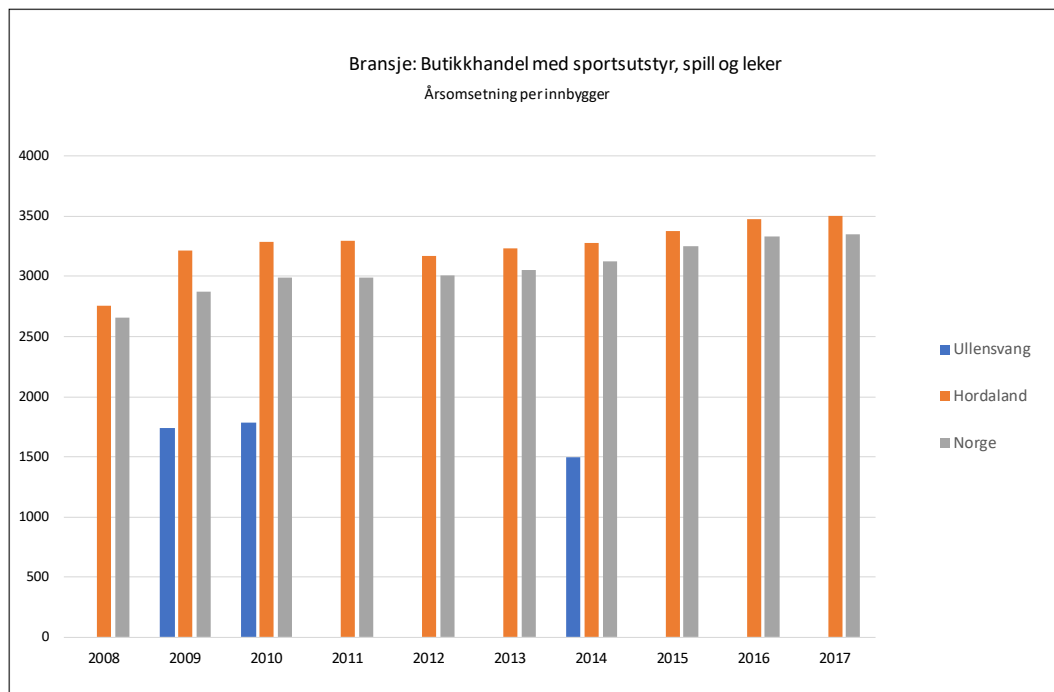
Jernvarer, fargehandel og andre byggevarer har også vært over landsgjennomsnittet, men har falt siden 2014 og fikk et plutselig og markant fall i 2017. Kan skyldes at viktig forretning er lagt ned - en konkurs på en trelastforhandler i kommunen, men det forklarer ikke hele utslaget.

Byggevarer er for øvrig stort sett en «vekstbransje» så vel i Norge som i Hordaland.



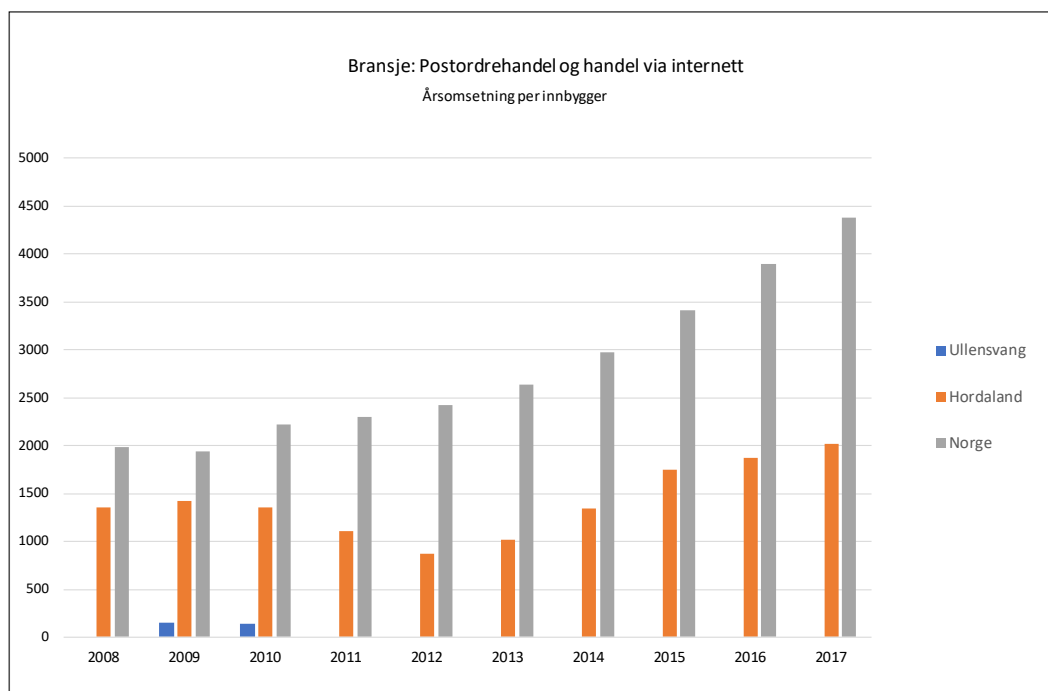
Figur 5-8 Årlig omsetning innen annen utvalgshandel etter regioner

Dette er en restkategori bestående av en rekke spesialforretninger, noen forretningstyper som normalt finnes på mindre steder, andre som vanligvis krever et større geografisk marked. Ullensvang har hatt sterkere vekst enn Norge og Hordaland.



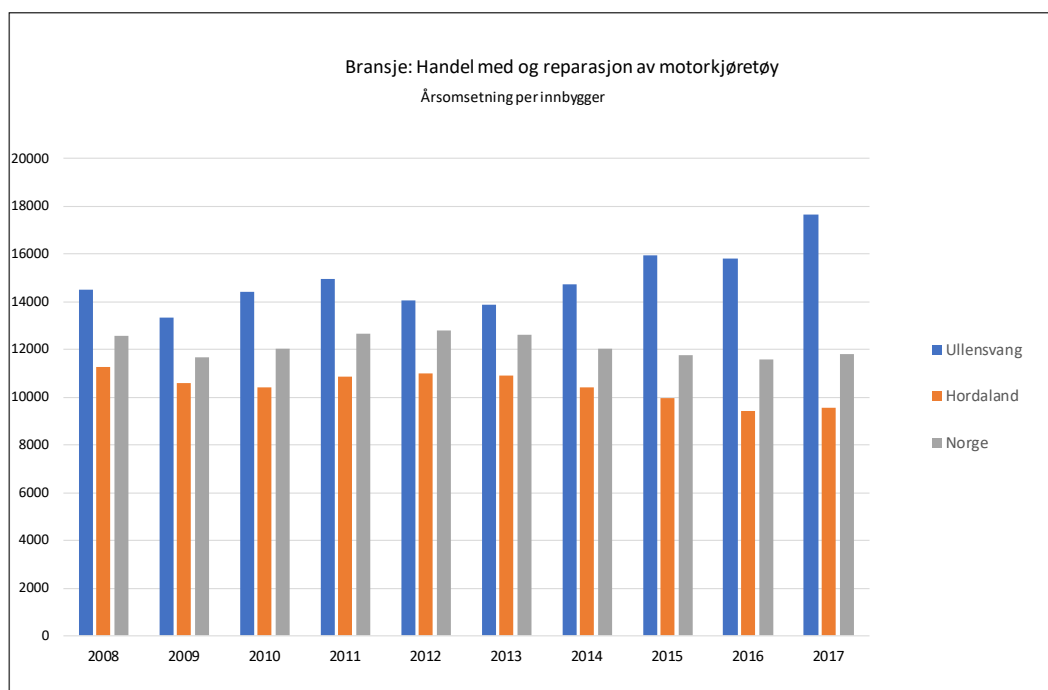
Figur 5-9 Årlig omsetning innen sportsutstyr, spill og leker etter regioner

Det har til dels vært nedlegging av forretninge i Ullensvang slik at det ikke har vært mulig å få data for alle år. Men uansett tyder dette på stor grad av underdekning. Til tross for mye turisme i regionen, blant annet mye hytteturisme, ser det ikke ut til at det er liv laga for sportsutstyrforretninger. Det kan skyldes at man handler sportsutstyr hjemme.



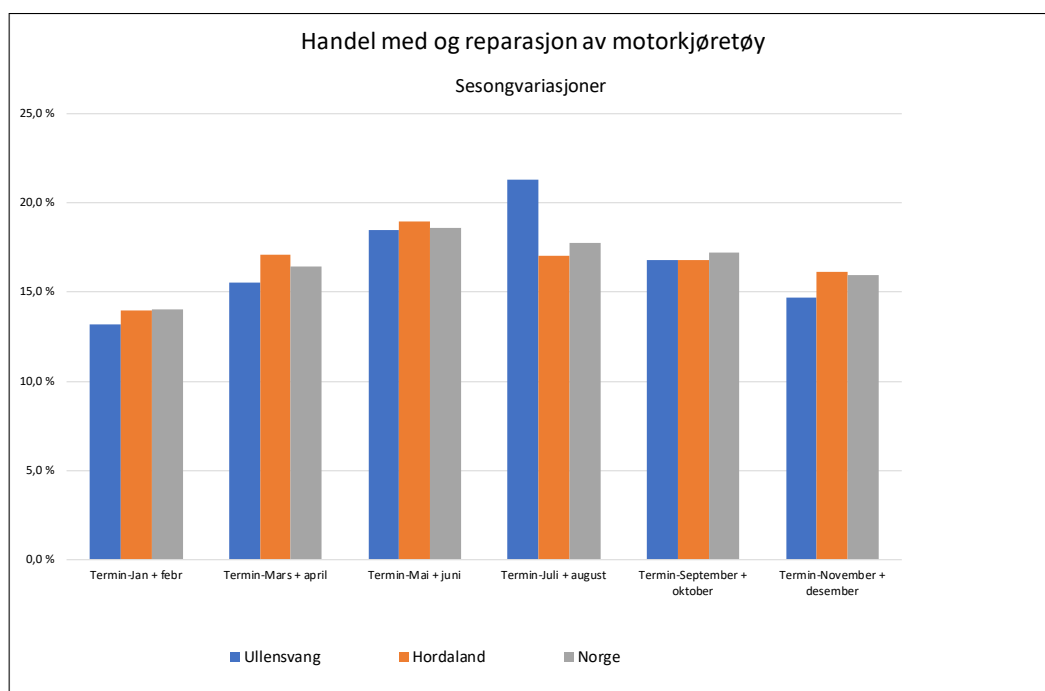
Figur 5-10 Årlig omsetning innen postordre og netthandel etter regioner

Her finnes det ikke gode tall for regionen, men man kan gå ut fra at handel via internett tar en betydelig prosentandel av handelen i regionen, da man oftere finner et dårligere vareutvalg her enn det man gjør i de større byene. Knapt med data for små regioner. Kjent at omsetning generelt går opp innen netthandel. Utgjør foreløpig kun 2 - 3 % på landsbasis.



Figur 5-11 Årlig omsetning innen Handel med og reparasjon av motorkjøretøy etter regioner

Denne undergruppen består av både salg og reparasjon av motorkjøretøy og av salg av drivstoff. Dette er det andre segmentet der Ullensvang ligger over landsgjennomsnittet. Utslaget er ganske markant, spesielt de siste årene. Det kan delvis forklares med at regionen i stor grad er bilbasert og at andel elbiler er lavere her enn i byregioner. Omsetningen er betydelig høyere per innbygger i Odda enn i Norge og i Hordaland. Årsaker kan være flere - som at det er større andel fossilbiler i distriktene enn i byer. Elbiler er billigere enn fosile biler. Viktigste er imidlertid at denne varegruppen inneholder mye salg av drivstoff, både til lokalbefolkning og ikke minst til turister.

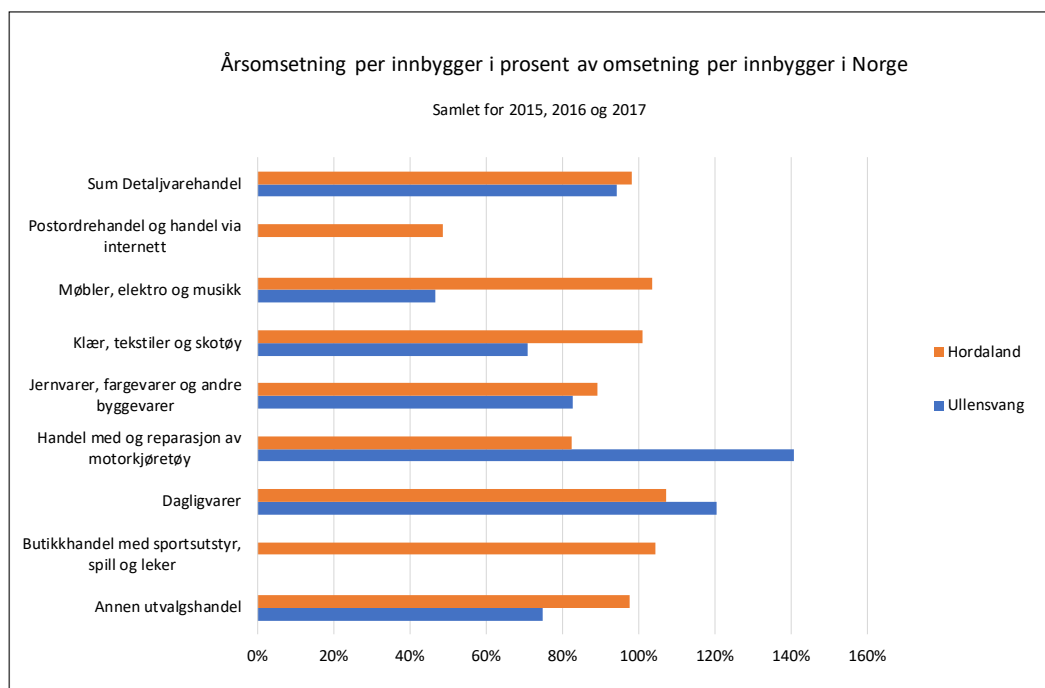


Figur 5-12 Omsetning innen handel med og reparasjon av motorkjøretøy.

Gjelder gjennomsnitt sesongvariasjoner siste 10 år. Ullensvang har en betydelig høyere andel av årsomsetningen om sommeren noe som underbygger teorien om at det i hovedsak er turister som gir utslaget. Kan tyde på at vegfarende turister bunkrer drivstoff siden det er langt mellom bensinpumpene på hovedårene gjennom regionen.

### 5.3. Dekningsgrader

Med dekningsgrad menes forholdet mellom faktisk omsetning per innbygger og en norm for gjennomsnitt omsetning per innbygger. Norm er vanskelig fordi det sikkert er ulikheter mellom geografiske regioner og mellom husholdsgrupper. Vi har valgt å se på omsetning per innbygger i Norge som normen.



Figur 5-13 Omsetning per innbygger i Hordaland Ullensvang sammenholdt med tilsvarende

Viser at underdekning er tydeligst for Møbler etc, Klær og sportsutstyr og Byggevarer. Det er god dekning innen dagligvarer og muligens overdekning innen motorkjøretøy og drivstoff. Noe overdekning innen dagligvarer har sammenheng med at dagligvarerforretninger finnes «overalt», og at det er en del hytteturisme som medfører omsetning innen dagligvarer.

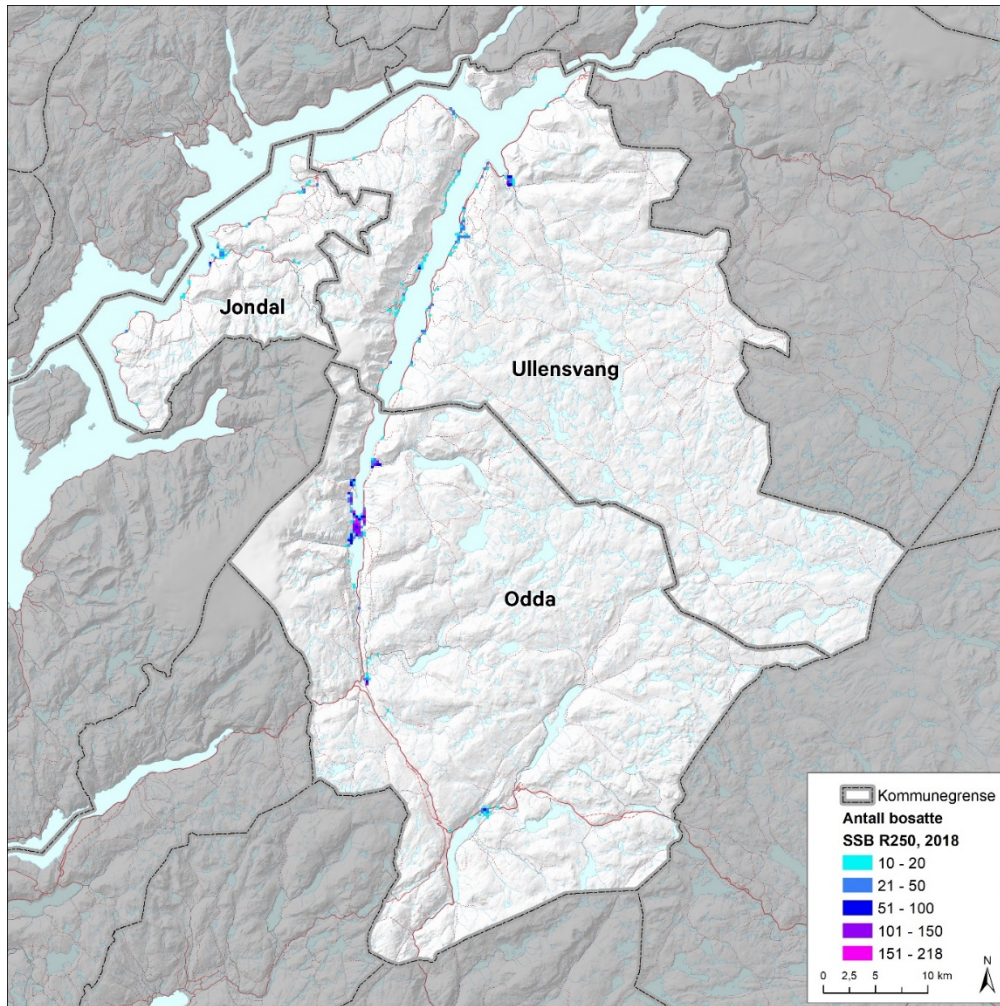
Tabell 5-1 Fordeling av årsomsetning per innbygger etter varegruppe

Varegruppe	Region		
	Ullensvang	Hordaland	Norge
Dagligvarer	49 %	41 %	37 %
Handel med og reparasjon av motorkjøretøy	19 %	11 %	13 %
Annen utvalgshandel	14 %	17 %	17 %
Klær, tekstiler og skotøy	7 %	9 %	8 %
Jernvarer, fargevarer og andre byggevarer	6 %	6 %	7 %
Møbler, elektro og musikk	5 %	11 %	10 %
Butikkhandel med sportsutstyr, spill og leker	0 %	4 %	4 %
Postordrehandel og handel via internett	0 %	2 %	4 %
Totalt	100 %	100 %	100 %

Dagligvarer utgjør høyere andel i Ullensvang (49%) enn i Norge (37%), mens utvalgsvarene har lavere andel i Ullensvang. Motorkjøretøy og drivstoff har høy andel pga salg av drivstoff til turister.

#### 5.4. Tettstedene

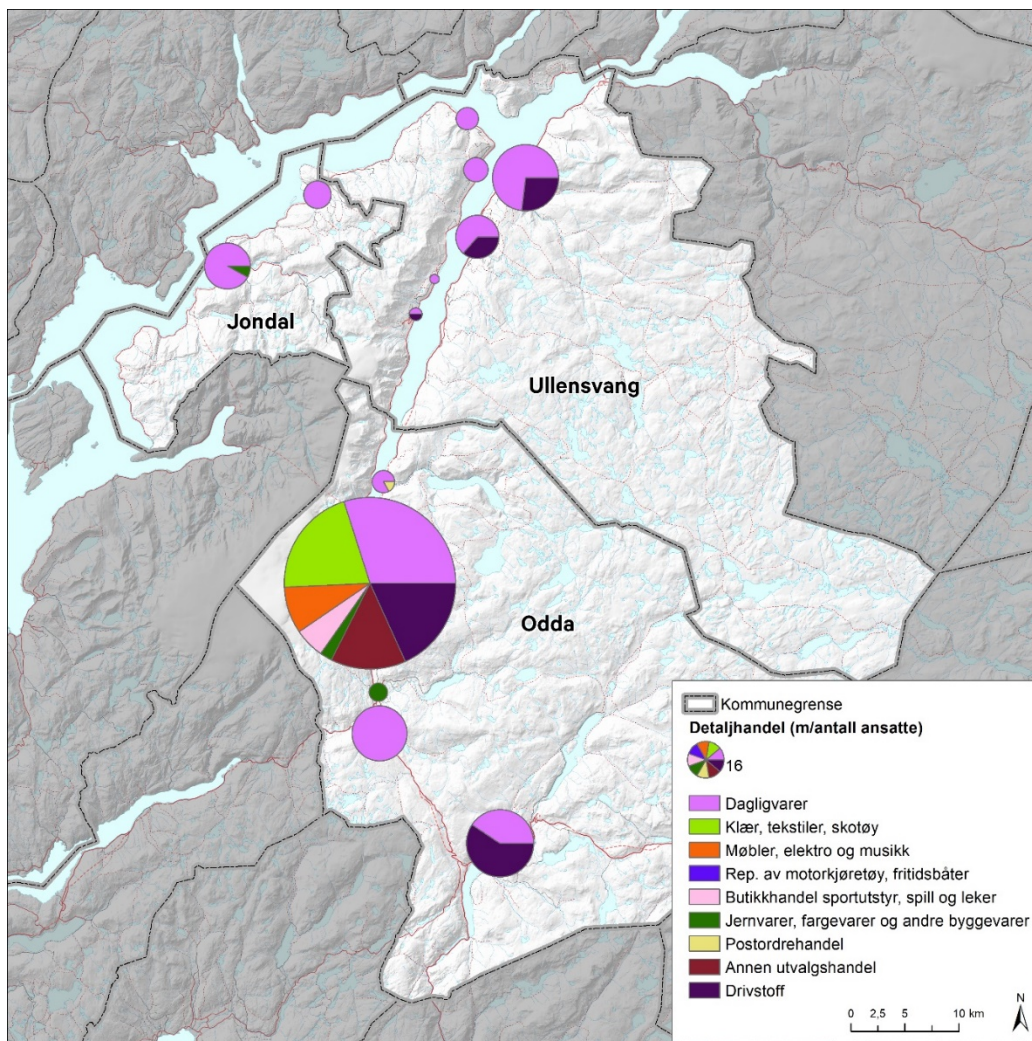
I utgangspunktet er ikke omsetningsdata tilgjengelig på lavere nivå enn kommuner og da er det en forutsetning at det er minst tre forretninger innen kommunen. Vi har i stedet tatt utgangspunkt i bedriftsregister og antall ansatte (2018). Handelsbedrifter er stedfestet på koordinatnivå. Vi har vist størrelsen på forretningene ved hjelp av antall ansatte. Det gir kun en pekepinn om omsetningen.



Figur 5-14 Antall bosatte i (Nye) Ullensvang fordelt på kvadrater a 250 meter.

Ved å sammenholde kartet for bostedstetthet og kartet for utbredelse av handel (neste side), ser vi tydelig at det kreves et visst befolkningsgrunnlag for å ha et mangfold av forretningstyper.





Figur 5-15 Antall ansatte innen detaljvarehandel fordelt på bransjer. Kilden her er bedriftsregister der volum bygger på antall ansatte. Det kan være at det er noe større mangfold utenfor Odda sentrum.

Som det framgår av kartet er det nesten bare dagligvarer og bensinstasjoner som er spredt til hele regionen. I tettstedet (=byen) Odda er det et mangfold av forretningstyper.

Dette stemmer godt med lokaliseringsteori og krav til markedsstørrelse.



## 6. VERDISKAPING

Vi har lastet ned regnskapsdata for «alle» foretak og videreanalysert verdiskaping innen reiseliv. Dette er gjort ned på kommunenivå. Det er en rekke feilkilder ved denne metoden, men likevel belyser analysen regionens verdiskaping innen reiselivsnæringene. Tabellen nedenfor tas med som et supplement til handelsanalysen foran.

Tabell 6-1 Verdiskaping i reiselivsnæringene i Jondal, Odda og Ullensvang Herad.

Region	Summer av Reiselivs Verdiskaping 2016	Summer av Reiselivs Verdiskaping 2017
<b>JONDAL</b>	<b>3 324</b>	<b>3 914</b>
Formidling	105	-
Kultur og underholdning	19	319
Overnattingsvirksomhet	3 200	3 595
<b>ODDA</b>	<b>54 953</b>	<b>53 483</b>
Formidling	5 976	3 340
Kultur og underholdning	9 726	10 436
Overnattingsvirksomhet	25 135	24 835
Serveringsvirksomhet	13 097	13 334
Transport	1 019	1 538
<b>ULLENSVANG HERAD</b>	<b>90 530</b>	<b>104 193</b>
Formidling	891	-
Kultur og underholdning	26 184	35 791
Overnattingsvirksomhet	62 434	66 108
Serveringsvirksomhet	1 021	-
Transport	-	2 294
<b>Totalsum</b>	<b>148 807</b>	<b>161 590</b>

Kilden er foretakenes regnskap der verdiskaping defineres som summen av lønnskostnader og overskudd (driftsresultat). Hyttefolkets konsum som i stor grad rettes mot dagligvarehandel er derfor ikke med i tallgrunnet. For foretak med flere avdelinger er verdiskaping fordelt etter antall ansatte per avdeling iflg bedriftsregistre.

Reiselivsnæringenes verdiskaping har altså økt fra ca 150 millioner kroner i 2016 til vel 160 millioner kroner i 2017. Den største posten er overnatting i Ullensvang som utgjør drøyt 40 prosent av verdiskapingen innen reiselivsnæringen.

## 7. VEDLEGG

Vi har gruppert detaljvarehandel på følgende måte:

Terminvise data for perioden **2007-2017** for SN2007

### 1) *Dagligværer*

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
  - 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger
- ekskl. 47.25 Butikkhandel med drikkevarer.

### 2) *Klær, tekstiler og skotøy*

- 47.51 Butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer
- 47.71 Butikkhandel med klær
- 47.72 Butikkhandel med skotøy og lærvarer

### 3) *Møbler, elektro og musikk*

- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.53 Butikkhandel med tapeter, gulvtepper og gardiner
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater
- 47.59 Butikkhandel med møbler, belysningsutstyr og andre innredningsartikler

### 4) *Handel med og reparasjon av motorkjøretøy, fritidsbåter og drivstoff*

- 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr
- 47.3 Detaljhandel med drivstoff til motorvogner
- 47.642 Butikkhandel med fritidsbåter og -utstyr

### 5) *Butikkhandel med sportsutstyr, spill og leker*

- 47.641 Butikkhandel med sportsutstyr
- 47.65 Butikkhandel med spill og leker

### 6) *Jernvarer, fargevarer og andre byggevarer*

- 47.52 Butikkhandel med jernvarer, fargevarer og glass

### 7) *Postordrehandel og handel via internett*

- 47.9 Detaljhandel utenom utsalgssted

### 8) *Annen utvalgshandel*

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.25 Butikkhandel med drikkevarer
- 47.61 Butikkhandel med bøker
- 47.62 Butikkhandel med aviser og papirvarer
- 47.63 Butikkhandel med innspillinger av musikk og video
- 47.73 Butikkhandel med apotekvarer
- 47.74 Butikkhandel med medisinske og ortopediske artikler
- 47.75 Butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler
- 47.76 Butikkhandel med blomster og planter, kjæledyr og forvarer til kjæledyr
- 47.77 Butikkhandel med ur, gull- og sølvvarer

- 47.78 Annen butikkhandel med andre nye varer i spesialforretninger
- 47.79 Butikkhandel med brukte varer

**0) Sum Detaljværehandel**

- Summen av 47 ekskl. 47.8 (torg)
- + 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- + 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr