

**Oppdragsgjevar:** Voss kommune  
**Oppdragsnamn:** Handelsanalyse Voss  
**Oppdragsnummer:** 621263  
**Skriven av:** Steinar Onarheim. Kvalitetssikrar: Gunnar Berglund  
**Oppdragsleiar:** Steinar Onarheim  
**Tilgang:** Open

## NOTAT Handelsanalyse Voss

<b>1. INNLEIING</b> .....	<b>2</b>
<b>2. REGIONALE FØRESEGN</b> .....	<b>3</b>
<b>3. OM HANDEL OG ULIKE VAREGRUPPER</b> .....	<b>4</b>
3.1. Varegrupper- HFK si gruppering .....	4
3.2. Bransjegliding og bransjestyring.....	6
3.3. Netthandel.....	6
<b>4. HANDELSSTRUKTUR PÅ VOSS I DAG</b> .....	<b>9</b>
<b>5. HISTORISK UTVIKLING I HANDELSOMSETNAD</b> .....	<b>10</b>
5.1. Omsetnad per innbyggjar i Voss kommune 2013-2017 .....	10
5.2. Omsetnad i sentrum vs. områda rundt .....	10
<b>6. DEKNINGSGRADER</b> .....	<b>15</b>
<b>7. ESTIMERT HANDELSAREALBEHOV I 2045</b> .....	<b>21</b>
7.1. Metode 1. Arealbehov basert på kr per m <sup>2</sup> .....	21
7.2. Metode 2: Arealbehov basert på 2 m <sup>2</sup> per pers .....	22
7.3. Usikkerhet i estimering av arealbehov .....	23
<b>8. LOKALISERING AV VAREHANDEL I VOSS SENTRUM</b> .....	<b>25</b>
8.1. Kva type handel bør ligge i sentrum? .....	25
8.2. Arealbehov i Voss sentrum .....	25
<b>9. KJELDER</b> .....	<b>27</b>

## 1. INNLEIING

Asplan Viak er engasjert av Voss kommune for å gjere ei handelsanalyse for Voss. Utgangspunktet for arbeidet er at Voss er i gang med sentrumsplanen for Voss, og der handel er ei viktig brikke i utviklinga av sentrum. Det er altså handel i Voss sentrum som er hovudfokuset i denne analysen, men øvrige delar av Voss kommune er óg teke med av fleire grunnar. For det fyrste heng handelsutviklinga i sentrum saman med det som skjer utanfor sentrum, slik at ein må ta med handelsområda rundt sentrum for å kunne sjå heile biletet. For det andre så er det naudsynt å ta med handelen for heile Voss når ein ser på handelslekkasje/handelsoverskot i høve resten av fylket. Det er ikkje berre Voss sentrum som konkurrerer med handelsområder utanfor kommunen, men heile handelsnæringa i Voss.

I dekningsgradkart og estimat av framtidig arealbehov er Granvin teke med sidan det vert ei kommunesamanslåing med Voss. Prognosar for folketalet og varehandelsomsetnad i Granvin er svært liten, og dels negativ, så Granvin sin påverknad på arealbehov er difor minimal.

I denne rapporten følger varegruppeinndeling Hordaland Fylkeskommune si inndeling som er tilpassa den regionale planen for attraktive senter i Hordaland (Hordaland Fylkeskommune, 2015). Denne inndelinga føreligg i statistikk.igest.no, og er basert på SSB sin standard for næringsgruppering (SN2007)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> | SSB sitt bedrifts- og føretaksregister har alle verksemder ein NACE-kode etter ein internasjonal standard, som mellom anna kan nyttast til å sortere ut ulike typar handelsverksemder og tal tilsette i verksemdene. NACE-kodane kan også brukast til å ta ut omsetnad i grupper av verksemder, t.d. for utvalsvarer i ein kommune.

## 2. REGIONALE FØRESEGN

I Regional planen for attraktive senter i Hordaland (Hordaland Fylkeskommune, 2014) er det utarbeida føresegner som er avgjerande for handelsetableringar i fylket:

### Regionale føresegner for arealbruk

Med heimel i § 8-5 i plan- og bygningslova gjeld føresegn pkt. 4.1 i 10 år frå 10.12.2014 eller til punktet blir erstatta av føresegner i kommunal arealplan:

4.1 Nytt bruksareal for detaljhandel er berre tillatt i fylkessenter, regionsenter, kommunesenter, bydelssenter og lokalsenter definert i Regional plan for attraktive senter eller i kommuneplan.

Nytt bruksareal for detaljhandel skal vere innanfor sentrumsutstrekninga definert i kommunal plan. Der det ikkje er fastsett ei sentrumsutstrekning i kommunal plan, gjeld retningsliner for arealplanar i sentrumsområde pkt. 2.3 i denne planen.

Dersom nytt eller samla bruksareal for detaljhandel i reguleringsplan eller ved søknad om byggjeløyve/rammeløyve overstig 3.000 m<sup>2</sup> krevst det samtykke frå fylkeskommunen. Tiltaket skal vere i samsvar med hovudmål i Regional plan for attraktive senter. Samla bruksareal for detaljhandel i sentrum skal vere i samsvar med senteret sitt nivå i senterstrukturen og det omlandet som er definert i regional plan eller i kommuneplan vedtatt etter 10.12.2014. Det blir kravd handelsanalyse for å vurdere samtykke.

Det gjeld unntak for:

- Ny eller utvida detaljhandel med opptil 3.000 m<sup>2</sup> samla bruksareal lokalisert i bustadkonsentrasjonar eller i nærsenter.
- Ny detaljhandel kor vareutvalet i hovudsak er bilar, båtar, landbruksmaskinar, trelast og større byggjevarar, samt utsal frå hagesenter og større planteskular.

Figur 2-1:Utklipp frå s.49 i Regional planen for attraktive senter i Hordaland (Hordaland Fylkeskommune, des. 2014)

Nytt handelsareal skal altså ligge innafør sentrum, og dersom arealet er over 3000 m<sup>2</sup> krevst det samtykke frå fylket. Det krevst imidlertid ikkje samtykke dersom det er snakk om plasskrevjande handel eller dersom handelsarealet er under 3000 m<sup>2</sup> og ligg ved bustadkonsentrasjonar eller i nærsenter.

### 3. OM HANDEL OG ULIKE VAREGRUPPER

Handelen består av ei rekkje ulike vareslag. Dei ulike vareslaga kan delast inn i varegrupper, ei inndeling som er nyttig både til analyseføremål og i plansamanheng. Detaljhandel er eit mykje brukt omgrep i handelsanalysar og inkluderer det meste av varer ein får kjøpt i butikk som privatperson, men ekskludert sal av motorkjøretøy og drivstoff.

Daglegvarer er ei undergruppe av detaljvarer. Her inngår mellom anna alle dei store daglegvarekjedene som Rema 1000, Coop, Kiwi, Bunnpris etc.

Utvalsvarer er ei anna undergruppe av detaljvarer, og omfattar relativt spesialiserte varer som kan kjøpast i butikk til dømes sko, klede, sport, gåver, apotek, bøker, vinmonopolvarer, møblar, innreiing, elektro, jernvare, fargehandel etc. Dette er typiske butikkar i by- og tettstadsentra og i kjøpesenter.

Det er store skilnader på korleis marknaden fungerer i høve desse varegruppene. Daglegvarekundane har høg reisemotstand og ein handlar som regel slike varer nær bustaden, eventuelt på veg mellom jobb og bustad. Daglegvarebutikkane har nokolunde likt utval og pris slik at kundane ikkje er villig til å reise særleg mykje ekstra for å handle her. Dette gjer at daglegvarebutikkane ligg spreidd, og ofte i nærleiken av bustadkonsentrasjonar.

For utvalsvarer er situasjonen ein heilt anna. Her er butikkkane vanlegvis samlokalisert enten i eit kjøpesenter eller i ein by/tettstad. Jo fleire butikkar som er samla i eit område (fortrinnsvis i gangavstand) jo meir attraktivt er det for kunden å reise dit. Kundane har ofte ikkje bestemt seg på førehand kva ein skal ha, og nyt godt av å ha eit bredt utval å velje mellom. Dette gjeld både om det er fleire butikkar av same varetype eller av fleire butikkar av ulike varetypar.

Når det gjeld plasskrevjande varer har som regel kundane allereie teke eit val om å handle akkurat her. Handelen kan vere i kombinasjon med andre ærend, men ikkje alltid. Denne type butikkar krev relativt store areal både til sjølve verksemda og til parkering, og ligg difor vanlegvis lokalisert utanfor sentrum. Ei sentrumslokalisering vil gjerne vere for kostbar, og sentrumsareala er uansett betre eigna til anna type handel, anna næringsverksemd eller bustader. Plasskrevjande varer finn ein innafor Hordaland Fylkeskommune si varegruppe «Unntaksvarer/Føresegn» (sjå kap.3.1). Her finn ein mellom anna dei reine trelastvarebutikkane og butikkar som sel bilar og båtar. Og innafor varegruppa «Utvalsvarer/Unntaksvarer» er det butikkar med ein del plasskrevjande varer, til dømes Biltema og Plantasjen.

#### 3.1. Varegrupper- HFK si gruppering

Nærare definering av varegruppene som vert nytta i handelsanalysen er vist under. Desse er utarbeida av Hordaland Fylkeskommune og er tilpassa retningslinene i Regional planen for attraktive senter i Hordaland (Hordaland Fylkeskommune, 2015):

##### Daglegvarer

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler

##### Utvalsvarer<sup>2</sup>

<sup>2</sup> For utvalsvarer er det ikkje oppgitt detaljert navn for kvar enkelt NACE-gruppe slik som for dei andre varegruppene. Kun NACE-koder og «samla overskrift» er oppgitt.

- Spesialforretningar for nærings- og nytelsesmidlar (NACE = 47.112, 47.21, 47.22, 47.23, 47.241, 47.242, 47.251, 47.259, 47.26, 47.292 og 47.299)
- Tekstilar, kler, sko, reiseeffektar, sportsutstyr (NACE = 47.51, 47.641, 47.71, 47.721 og 47.722)
- Møblar. Belysning, kjøkkenutstyr og innreiingsartiklar (NACE = 47.531, 47.532, 47.533, 47.591, 47.592 og 47.593)
- Elektriske hushaldsapparatar, ikt, radio, tv, musikkinstrument (NACE = 47.41, 47.42, 47.43, 47.54 og 47.594)
- Bøker, papir, aviser, blader, cd/dvd, spill og leiker (NACE = 47.61, 47.62, 47.63 og 47.65)
- Apotek, medisin, helsekost og kosmetikk (NACE = 47.291, 47.73, 47.74 og 47.75)
- Jernvare og fargehandel (NACE = 47.522 og 47.523)
- Andre spesialforretningar (mellom anna kjæledyr, klokker, gullsmed) (NACE = 47.19, 47.762, 47.771, 47.772, 47.781, 47.782, 47.789, 47.791, 47.792 og 47.799)

I denne varegruppa finn ein mellom anna møblar/tapet/gulvbelegg, elektriske hushaldningsapparatar, fargevarer, klede, sko, leiker, jernvare og vinmonopol.

### **Utvallsvarer/ Unntaksvarer**

- 47.521 Butikkhandel med breitt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter
- 45.32 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsyklar
- 45.402 Detaljhandel med motorsyklar, deler og utstyr
- 47.599 Butikkhandel med innredningsartiklar ikkje nevnt annet stede

I statistikk.ivist.no er denne varegruppa omtala som: "*..ei gruppe med varer som både kan inngå som utvallsvarer og som unntaksvarer etter regionale føresegn for arealbruk*". I denne varegruppa finn ein mellom anna Coop bygg, Byggmax, Monter og Biltema.

### **Unntak/føresegn**

- 45.112 Detaljhandel med bilar og lette motorvogner, unntatt motorsyklar
- 45.192 Detaljhandel med andre motorvogner, unntatt motorsyklar
- 47.642 Butikkhandel med fritidsbåtar og utstyr
- 47.524 Butikkhandel med trelast
- 47.529 Butikkhandel med byggevarer ikkje nevnt annet stede

Denne varegruppa er meint å skulle svare til varer som det er unntak for i høve føresegnene i regional plan (Hordaland Fylkeskommune, 2016, kap.2.2). I denne varegruppa finn ein mellom anna trelast, bilar og båtar («reine» plasskrevjande varer).

### **Detaljvarer**

- Alle fire varegruppene nemnd over, men ekskludert sal av motorkjøretøy og drivstoff.

Kort summert opp kan ein sei at daglegvarer er daglegvarer, utvallsvarer er spesialiserte varer som ein finn i sentrum og på kjøpesenter og unntak/føresegn er plasskrevjande varer. Utvallsvarer/ unntaksvarer ligg i grenseland mellom utvallsvarer og unntak/føresegn og har både utvallsvarer og plasskrevjande varer. Butikkar i denne gruppa har ofte plasskrevjande konsept men sel ikkje berre plasskrevjande varer (les meir om dette i kapitlet under). Detaljvarer er eit samleomgrep for summen av alle desse varegruppene.

### 3.2. Bransjegliding og bransjestyring

Bransjegliding og utvikling av nye handelskonsept utfordrar skilje mellom plasskrevjande varer og utvalsvarer. Verksemder som tidlegare berre hadde plasskrevjande varer sel no i aukande grad detaljvarer i tillegg, og varer som ikkje i seg sjølv er plasskrevjande vert seld i plasskrevjande konsept, i såkalla «big boxes». Det inneberer at lokaliseringspolitikken óg for desse områda er særskild viktig, og at all detaljvarehandel må ha ei lokalisering som er godt tilpassa ønska senterstruktur og transportsystem over tid.

Plan- og bygningslova har avgrensa moglegheiter for å styre bransjegliding. Ein kan t.d. ikkje:

- leggje føringar i regional eller kommunal plan etter plan- og bygningsloven som favoriserer éin aktør eller merkevare. Døme på dette er at det i overordna plan vert laga unnatak som vert grunngjeve i at éin aktør skal få etablere seg og ikkje andre.
- nytte føresegn heimla i plan- og bygningslova til å beskytte eksisterande verksemder eller ikkje tillate tilsvarande verksemder i eit nytt kjøpesenter på staden.
- fastsetta at det berre kan tillatast møblar og kvitevarer i visse områder for handel.

I føresegn til reguleringsplan kan det skillast mellom detaljhandel og andre varegrupper enn detaljhandel (plasskrevjande varer), der andre varegrupper uttømmmande er definert som:

- Bilar og motorkøyrety
- Landbruksmaskinar/anleggsmaskinar
- Trelast og byggevarer
- Planteskular/hagesentre
- Fritidsbåtar

Kva som inngår i definisjonen av varegruppa *trelast og byggevarer* er gjenstand for diskusjon, og dette vert praktisert ulikt i ulike kommunar. I utgangspunktet skulle varegruppa berre omfatte engroshandel til proffmarknaden, men det er ein aukande tendens til at nye byggevarebutikkar tilbyr både engroshandel og detaljvarer. Tilsvarande ser ein døme på innafor hagesenter. I ein reguleringsplan er det mogleg å angi prosentvis storleikstilhøve mellom lager og butikkareal og parkering, og dermed avgrense omfanget av detaljvarer i butikken.

### 3.3. Netthandel

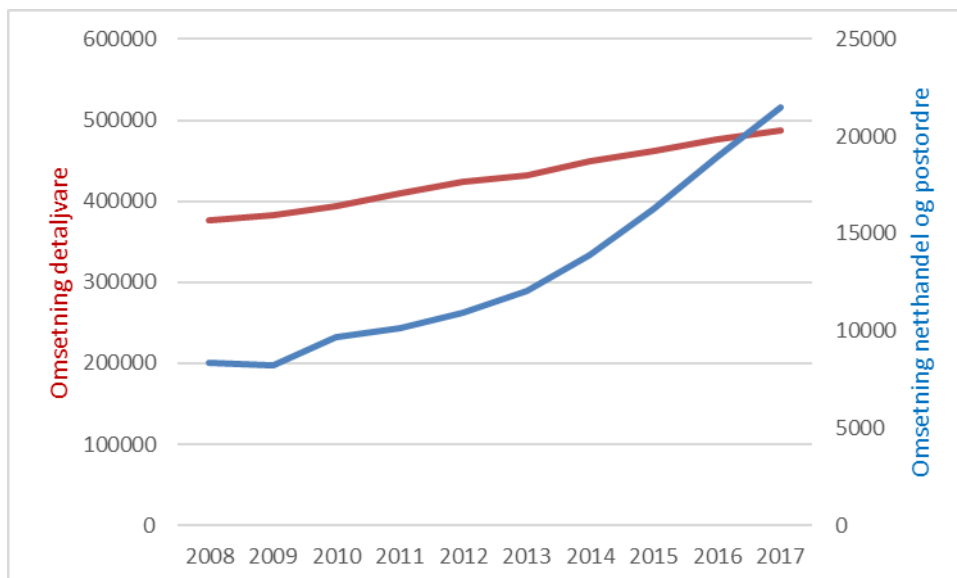
#### 3.3.1. Netthandel frå norske nettstader

Det vart omsett detaljvarer over norske nettstader<sup>3</sup> tilsvarande 21,5 milliardar kroner i 2017, dette svarar til ei auke på 14% frå 2016<sup>4</sup>. Netthandelen auka med sju gonger så mykje som detaljvarehandelen totalt frå 2016 til 2017.

Sett i heile perioden 2008-2017 så auka netthandelen med 258%, noko som er svært mykje meir enn tradisjonell detaljvarehandel som auka med 29% i same periode. Internettbasert handel over norske nettstader var likevel berre 4,4 % av den samla detaljvareomsetnada i landet i 2017. Dette er ein auke frå ein andel på 2,2% i 2008.

<sup>3</sup> Dette inkluderer og postordrehandel.

<sup>4</sup> Netthandel med tenester fell utafor denne statistikken.



Figur 3-1: Endring i omsetnad for netthandel/postordre samanlikna med detaljvarehandel. Tal for Norge i mill.kr. Merk at det er ulik verdi på y-aksen for dei to. Kjelde: SSB, 2019

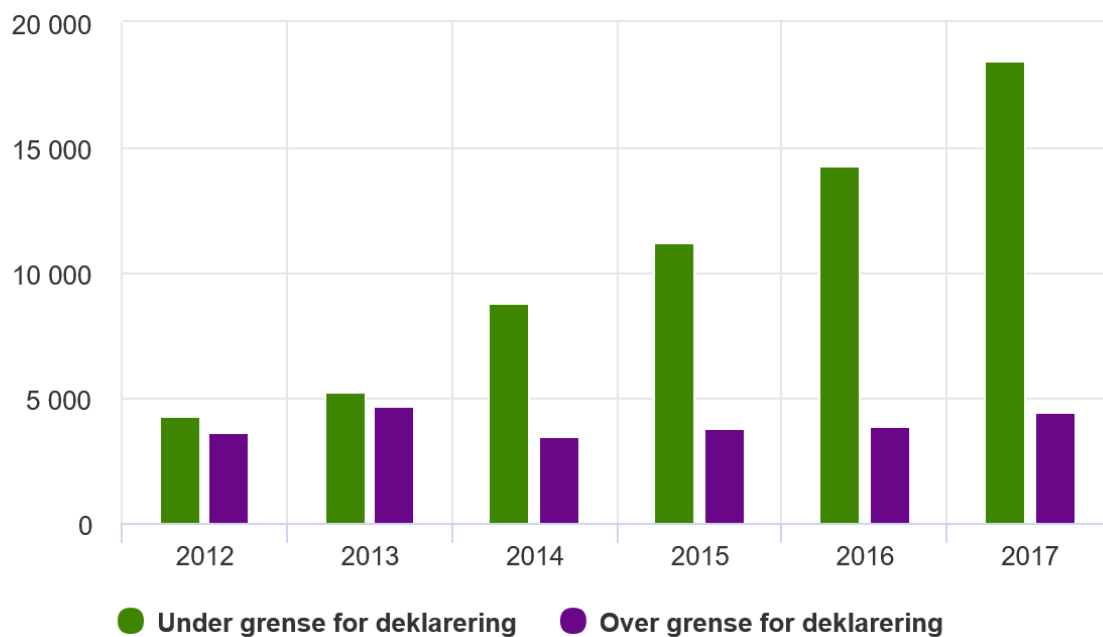
Statistikken gir ikkje eit heilskapleg bilete av netthandelen. Tala i statistikken byggjer på omsetnad frå føretak som har *hovuddelen* av si omsetnad knytt til internett. Netthandel som utgjer ein mindre del av eit føretak si samla omsetnad vil difor ikkje fangast opp i denne statistikken. Kjende konsept som til dømes H&M og Zara har sal både i butikk og på nett.

Detaljvaresal over internett har hatt ei betydeleg utvikling det siste tiåret, men vert prega av sterkare svingingar i omsetnad, og det er til dels andre varegrupper som dominerer på nettet enn når det gjeld handel i butikk. Det er antatt at marknaden for netthandel førebels ikkje er metta. Gjennom netthandel har ein moglegheit til å nå større marknader, noko som og opnar for moglegheit til større spesialisering. Vidare er netthandel som handlemåte framleis relativt ny. Betalingsløyser, presentasjon av varer og vareutval og logistikk er alle tilhøve der det stadig skjer ei utvikling.

### 3.3.2. Netthandel frå utlandet

Nordmenn sin netthandel via utanlandske nettstader er per i dag ikkje fanga opp av nasjonale statistikkar. SSB (2018) har gjort eigne studiar på hushalda si import av varer, der det er gjort utrekningar basert på kortdata og tolldeklarasjon<sup>5</sup>. Studiane visar at hushalda si direkte import av varer totalt vart anslått til 22,1 mrd. kr. i 2017. Av desse var 18,4 mrd. kr. varer under terskelverdi for avgiftsfritak og registreringsplikt (slik grense for deklarerer er på 350 kr). Endringa i nordmenn sin netthandel i utlandet frå 2012 til 2017 var på heile 288%. Endringa var størst for handel under grense for deklarerer; med 431% auke. Endringa over grensa for deklarerer var på 121% i same periode. Til samanlikning var endringa i detaljvareomsetnad i Norge på 15% i denne perioden og omsetnad i netthandel på norske nettstader på 97% i perioden. Netthandel til utlandet aukar altså mykje meir enn netthandel til norske nettstader.

<sup>5</sup> Les meir om desse dataene, og antagelsar som blei gjort for å rekne seg fram til importtal for varer, i SSB sin rapport *Husholdningenes netthandel- Dokumentasjonsnotat*. Rapport 2018/39 (2018).



Figur 3-2: Hushalda i Noreg si import av varer, mill.kr. Grense for deklaring vart endra frå 200 til 350 kr i 2015. Kjelde: SSB, 2018.



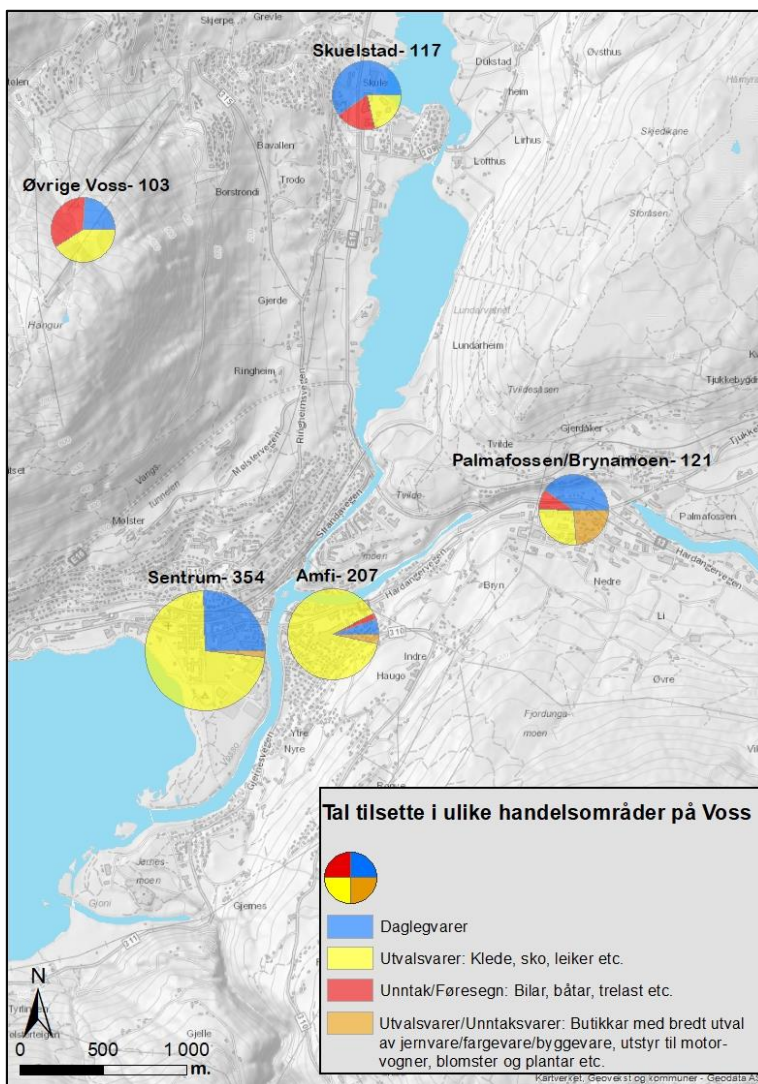
## 4. HANDELSSTRUKTUR PÅ VOSS I DAG

Figur 4-1 viser tal tilsette i butikkar i ulike handelsområde på Voss, fordelt på varegrupper frå Virksomhets- og Foretaksregisteret (SSB, november 2017). Det er registrert til saman 902 tilsette i handelsnæringa i kommunen. Ein ser at Voss sentrum<sup>6</sup> har flest tilsette innan handelsnæringa, med 39% av dei tilsette i heile kommunen. Amfi er det nest største handelsområdet målt etter tilsette, med 23% av andelen. Både Voss sentrum og Amfi har stor overvekt av utvalsvarer, som også er naturleg i eit sentrum og på eit kjøpesenter. Sentrum har også eit stort innslag av daglegvarer.

Skulestad og Palmafossen/Brynamoen er omtrent like store handelsområde (begge har 13% av totalt tal tilsette i kommunen). Begge områda er kjenneteikna av ein relativt liten andel utvalsvarer og stor andel daglegvarer, men der Skulestad har klart størst andel daglegvarer. Begge områda har også ein del tilsette innan unntaksvarer/føresegn, dvs butikkar med plasskrevjande varer.

Palmafossen/Brynamoen har ein del handel innan utvalsvarer/ unntaksvarer, mellom anna Biltema. Skulestad og Palmafossen/Brynamoen er prega av å ha varer der ein ofte nyttar bil når ein skal handle. Og det høge innslaget av daglegvarer gjenspeglar óg lokaliseringa langs europaveg og riksveg der det er enkelt for folk å handle på veg til hytta.

Øvrige Voss har få arbeidsplassar innan handel, og desse er fordelt på ulike stader i kommunen; Istad/Flatlandsmo, Evanger, Opheim, samt områder rundt Voss sentrum som ikkje inngår i dei fire andre handelsområda. Handelen i «øvrige Voss» deler seg på daglegvare, utvalsvarer og unntak/føresegn.



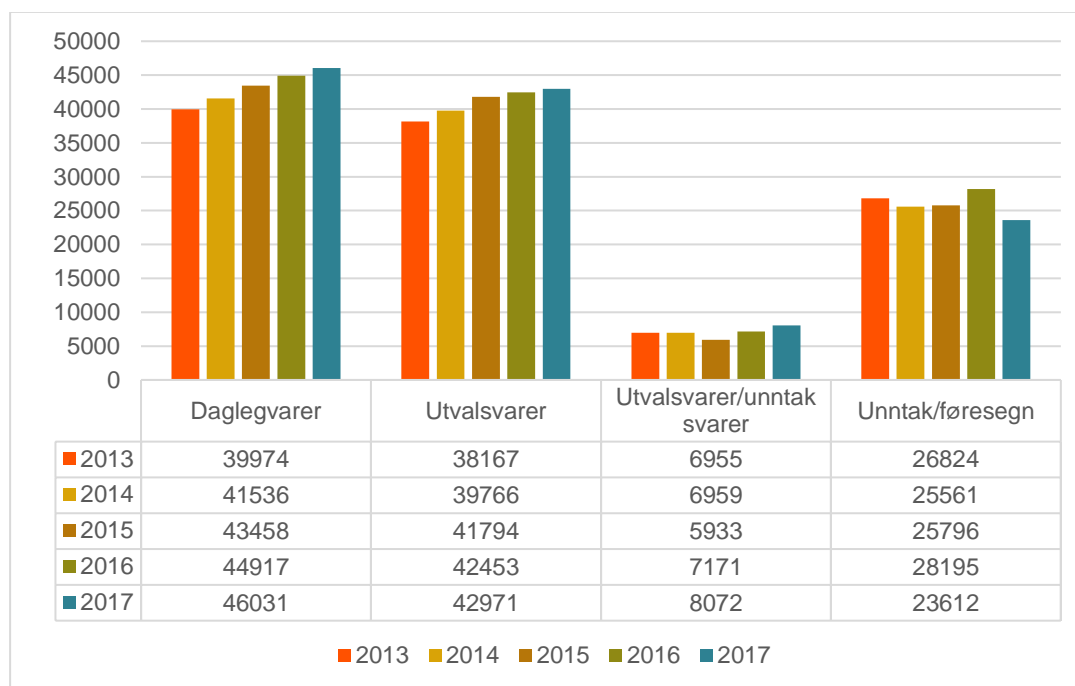
Figur 4-1: Tal tilsette i butikkar i ulike handelsområde på Voss- fordelt på varegrupper. Kjelde: Virksomhets- og Foretaksregisteret, SSB, november 2017.

<sup>6</sup> Voss sentrum er her definert som området som ligg innafor postnr.5700, dvs området mellom jernbanen i nord, Vangsvatnet i vest og Vosso i aust.

## 5. HISTORISK UTVIKLING I HANDELSOMSETNAD

### 5.1. Omsetnad per innbyggjar i Voss kommune 2013-2017

Figur 5-1 syner endring i omsetnad i Voss kommune i perioden 2013-2017<sup>7</sup>. Daglegvarer og utvalsvarer har vekse jamt, medan dei andre to varegruppene har vore meir stabile. Handel innan unntaksvarer/føresegn har gått ein del ned frå 2016-2017.

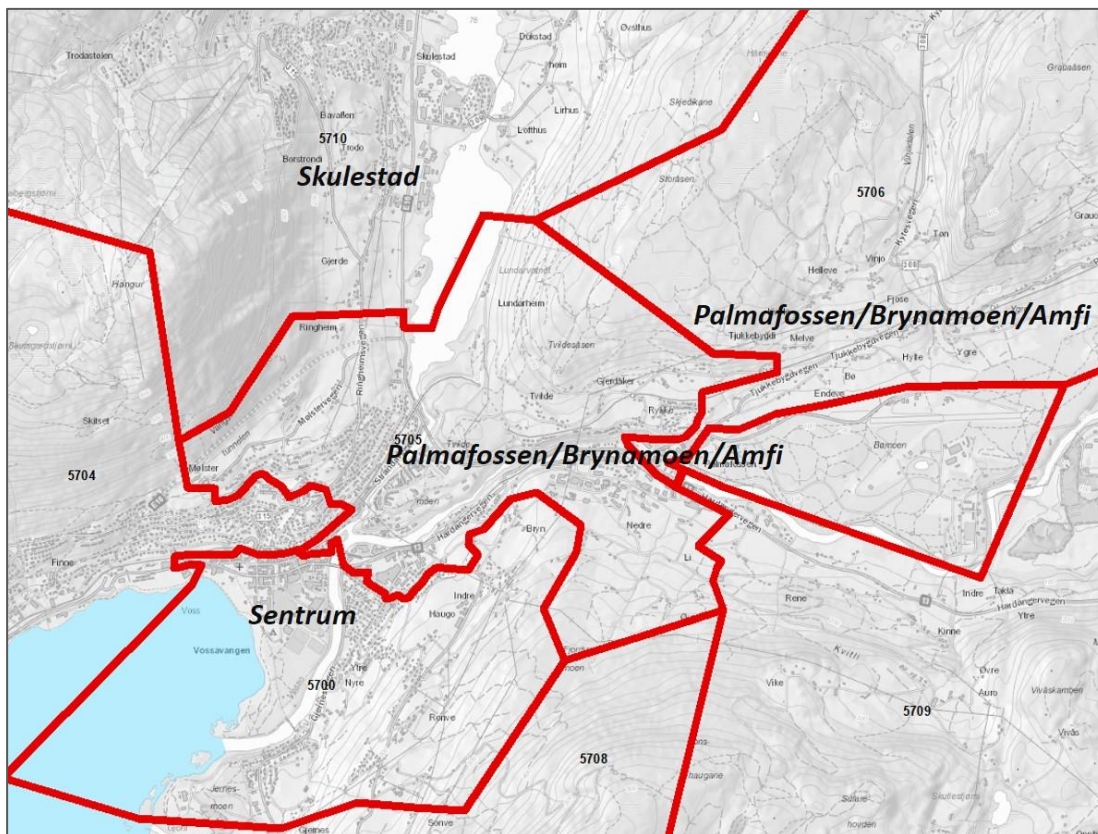


Figur 5-1: Utvikling i omsetnad per innbyggjar i Voss kommune 2013-2017, fordelt på varegrupper. Kjelde: statistikk.ivist.no

### 5.2. Omsetnad i sentrum vs. områda rundt

I dette kapitlet ser me på utviklinga i omsetnad innafør kvart handelsområde i Voss kommune, basert på tal henta inn frå SSB. Sidan omsetnadsdata på såpass detaljert geografisk nivå er tilgjengeleg på postsonenivå, så er det postoneinndelinga som avgjer korleis ein kan dele inn analyseområda. Figur 5-2 syner korleis postoneinndelinga er rundt Voss sentrum, og korleis me har definert dei ulike områda for analyseføremål. Skulestad (postsonen 5710) og sentrum (postsonen 5700) har grenser som avgrensar desse handelsområda på ein relativt god måte.

<sup>7</sup> Data for Granvin føreligg ikkje sidan det er færre enn 3 butikkar innafør kvar varegruppe i kommunen. SSB sitt publiseringreglement hindrar at data vert publisert i slike tilfelle.



Figur 5-2: Postsoneinndeling rundt Voss sentrum (raude linjer). Sonene har vore gjeldande sidan 1.oktober 2012.

Palmafossen/Brynamoen/Amfi (postsone 5705 og 5706) er eit stort område som eigentleg omfattar fleire lokale handelsområder, inkludert Amfi Voss. For omsetnaden innafor detaljvarer (Figur 5-3) på Amfi har det vore henta tal frå årsrapportar og nettside hos Thon Eiendom. Omsetnaden som er vist for detaljvarer for Palmafossen/ Brynamoen er total omsetnad i postsonene for desse områda, minus omsetnaden for Amfi Voss.

For dei ulike varegruppene (daglegvare, utvalsvare, unntaksvare/føresegn og utvalsvare/unntaksvare) er det ikkje skilt mellom Amfi og Palmafossen/Brynamoen. Årsaka er at det ikkje føreligg omsetnadstal for kvar enkelt varegruppe i årsrapport og nettside hos Thon Eiendom. Når ein les desse tala (Figur 5-4Figur 5-7) kan ein likevel ha i mente at Amfi hadde 55% av detaljvareomsetnaden på Palmafossen/Brynamoen/Amfi i 2017. Dette var ei auke frå 44% i 2013.

Tabell 5-1: Endring i Amfi sin andel av omsetnaden i området Palmafossen/ Brynamoen/Amfi. Kjelde: SSB og årsrapportar hos Thon Eiendom, samt nettside: <http://www.thoneiendom.no/kjopesenter/amfi-voss/>

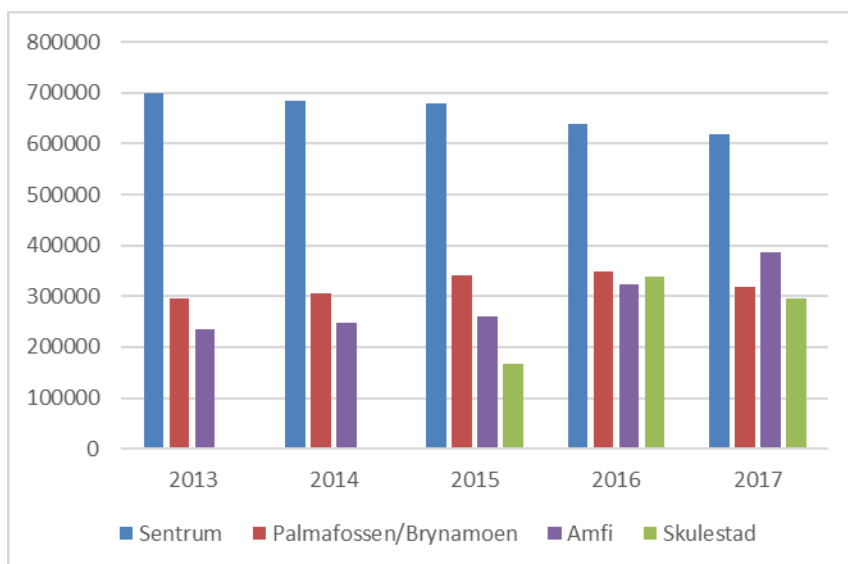
	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Amfi sin andel av detaljvareomsetnad i området Palmafossen/Brynamoen/Amfi</b>	44,3 %	44,8 %	43,3 %	48,0 %	54,9 %

I kap.4 fekk me òg eit bilete av styrketilhøvet mellom Amfi og Palmafossen/Brynamoen, der me såg at Amfi hadde 207 tilsette og Palmafossen/Brynamoen hadde 121 tilsette. Amfi hadde altså 63% av dei tilsette innafor handel i dette området i 2017.

### 5.2.1. Detaljvarer

Sentrum har hatt ein jamn nedgang i omsetnad frå 2013. Palmafossen/Brynamoen har hatt jamn auke, men nedgang i 2017. Amfi har hatt ei auke, særskilt etter 2015<sup>8</sup>. Dette skuldast truleg ei utviding av senteret i november 2014. Skulestad auka mykje frå 2015 til 2016, men gjekk litt ned i 2017<sup>9</sup>.

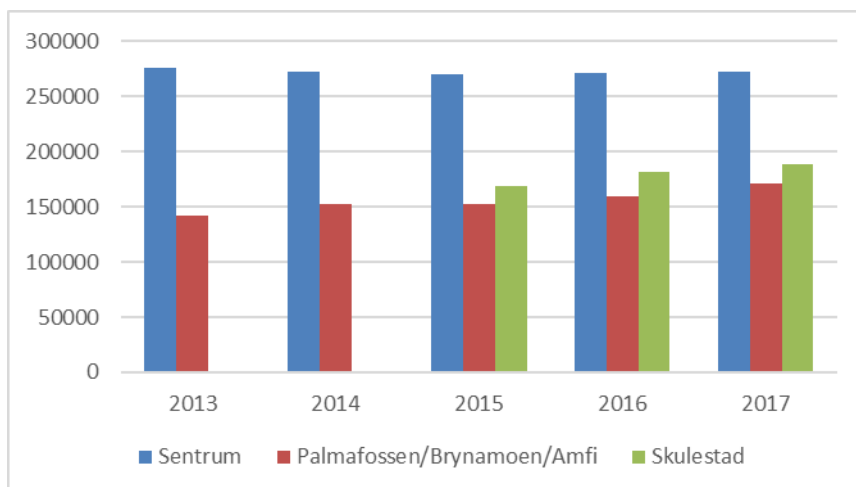
Ein nedgang i sentrumshandelen liknar den ein ser mange andre stadar i landet. I tillegg til auka konkurranse frå andre handelsområder kan nedgangen óg skuldast at Vangstunnelen, som leiar trafikken utanfor Voss sentrum, vart ferdig bygd i 2013 (opna 20. desember).



Figur 5-3: Utvikling i omsetnad i Voss sentrum, Skulestad, Palmafossen/Brynamoen og Amfi Voss 2013-2017 for detaljvarer samla. Kjelde: ssb.no, 2018.

### 5.2.2. Daglegvarer

Trenden er nokolunde den same på daglegvarer som detaljvarer samla, men sentrum går nesten ikkje ned. Dei to andre handelsområda har auka noko.



Figur 5-4: Utvikling i omsetnad for daglegvarer i Voss sentrum, Skulestad og Palmafossen/Brynamoen/Amfi

<sup>8</sup> Frå 2017 til 2018 hadde Amfi ein nedgang på 2,2% iflg [www.thoneiendom.no/kjopesenter/amfi-voss/](http://www.thoneiendom.no/kjopesenter/amfi-voss/)

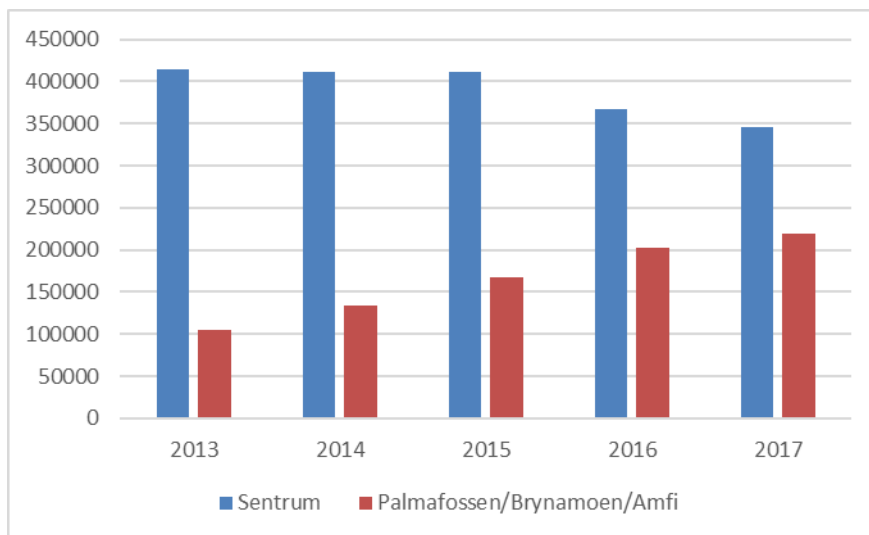
<sup>9</sup> Det var for få butikkar på Skulestad før 2015 til at data er tilgjengeleg frå SSB.

2013-2017 for alle varegrupper. Kjelde: ssb.no, 2018.

### 5.2.3. Utvalsvarer

For utvalsvarer har det vore ein nedgangen i sentrum, særskilt etter 2015.

Palmafossen/Brynamoen/Amfi har hatt ei sterk auke heile vegen. Det er ikkje data for Skulestad sidan det er færre enn tre slike butikkar i området.

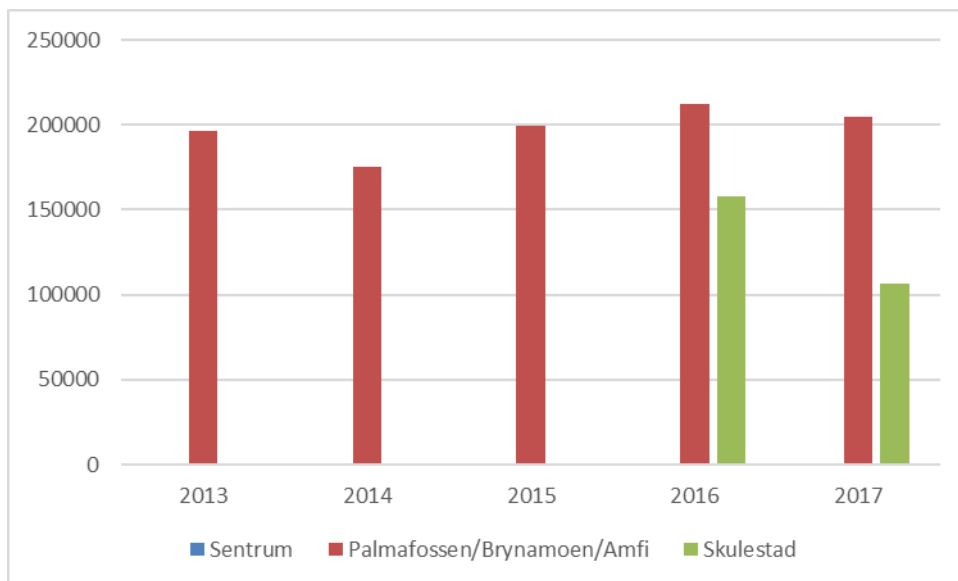


Figur 5-5: Utvikling i omsetnad for utvalsvarer i Voss sentrum, Skulestad og Palmafossen/Brynamoen/Amfi 2013-2017 for alle varegrupper. Kjelde: ssb.no, 2018. PS: Manglande data for Skulestad grunna færre enn tre butikkar i området.

### 5.2.4. Unntaksvarer/føresegn

I Voss sentrum er det færre enn tre butikkar i denne gruppa og difor ikkje data tilgjengeleg.

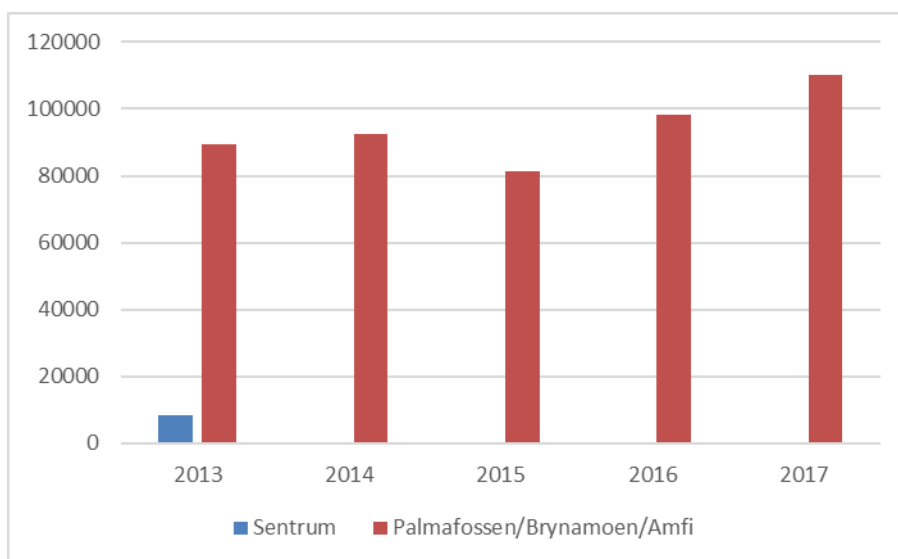
Palmafossen/Brynamoen/Amfi ser ut til å ha hovuddelen av omsetnaden, men denne type handel finn ein og på Skulestad (berre data etter 2015). Utviklinga i omsetnad har variert ein del begge stader.



Figur 5-6: Utvikling i omsetnad for unntaksvarer/føresegn i Voss sentrum, Skulestad og Palmafossen/Brynamoen/Amfi 2013-2017 for alle varegrupper. Kjelde: ssb.no, 2018..

### 5.2.5. Utvalsvarer/unntaksvarer

Og i varegruppa utvalsvarer/unntaksvarer er det Palmafossen/Brynamoen/Amfi som dominerer, og det har vore ein sterk vekst etter 2015. Sentrum og Skulestad har for få butikkar etter 2013 til at det er tilgjengelege data.



Figur 5-7: Utvikling i omsetnad for utvalsvarer/unntaksvarer i Voss sentrum, Skulestad og Palmafossen/Brynamoen/Amfi 2013-2017 for alle varegrupper. Kjelde: ssb.no, 2018.



## 6. DEKNINGSGRADER

Dekningsgrad seier om det er handelslekkasje eller handelsoverskot i eit område. Dekningsgrad for varehandel er definert som tilhøvet mellom omsetnad i ei handelssone og samla forbruk for busette i same sone, uttrykt i prosent. Handelssonene er i dette tilfellet gitt av kommunegrensene. Tilhøvet mellom omsetnad og forbruk i kvar enkelt sone kan sei noko om eventuelle handelslekkasjar mellom sonene.

Tal for dekningsgrad er henta frå statistikk.invest.no (<http://statistikk.invest.no/hf/>). Dekningsgrad er her definert som:

$$\frac{\text{Faktisk omsetning i varegruppa per innbyggjar i kommunen}}{\text{Teoretisk omsetning per innb. i kommunen dersom same omsetning per innb. som fylkesgj.snitt}} \times 100$$

### Korleis lese dekningsgradkarta?

Dekningsgrad rundt 100 % tyder at det er god balanse mellom handel og forbruk. Generelt vil dei fleste kommunane utanom byane ligge noko under 100 %, særskilt i kommunar nær større byar. Låg dekningsgrad (under 100%) tyder at det er ein handelslekkasje til andre soner. Høg dekningsgrad (over 100%) tyder at sona tiltrekker seg handlande frå andre regioner.

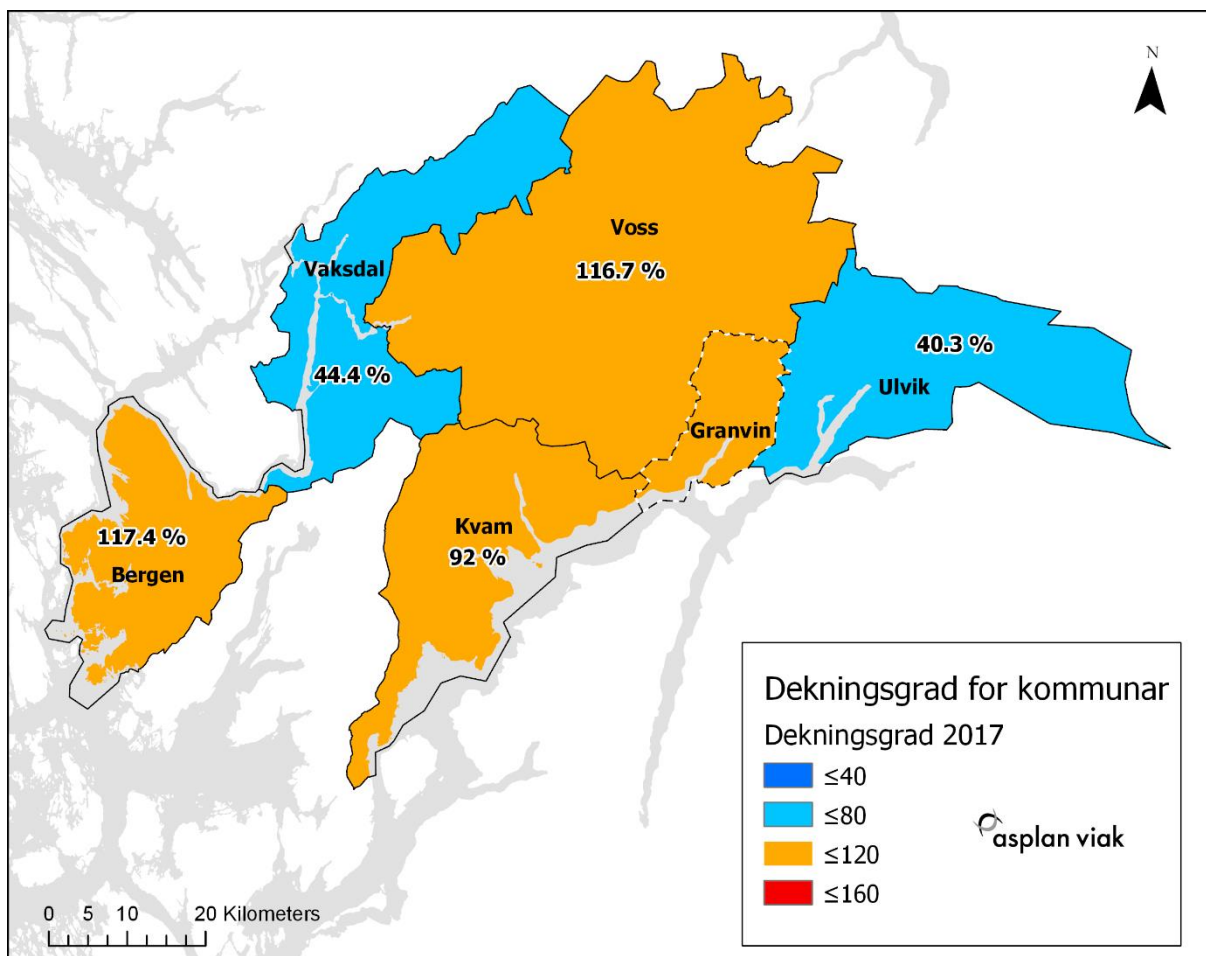
Karta over dekningsgrad som følgjer under viser kvar ein har handelslekkasje og handelsoverskot. Ein har ikkje data på *kvar* lekkasjane går til eller kvar overskotet kjem frå, men dette er mogleg å vurdere utifrå lokalkunnskap. Generelt vil det vere slik at soner med dårleg handelstilbod lekk til soner med betre tilbod, særskilt om dette ligg nært. Døme på dette er lekkasje frå Ulvik til Voss.

Fritidsbustader, turisme og gjennomgangstrafikk vil kunne auke dekningsgrada. Til dømes har Voss høg dekningsgrad for daglegvarer, mellom anna fordi det er ein høg andel hyttefolk som handlar lokalt der.

I påfølgande kapittel er det vist dekningsgrader i dei ulike varegruppene for 2017. I dei varegruppene der det er færre enn 3 butikkar innafor eit vareslag i kommunen så utleverer SSB ikkje data. Her vises derfor ikkje dekningsgrad for aktuelle kommune i kartet (kommunen er då vist med kvit farge i kartet).

### 6.1.1. Detaljvarer

For detaljvarer samla så har Voss eit handelsoverskot som er like stort som det ein finn i Bergen. Alle nabokommunane har eit handelsunderskot.

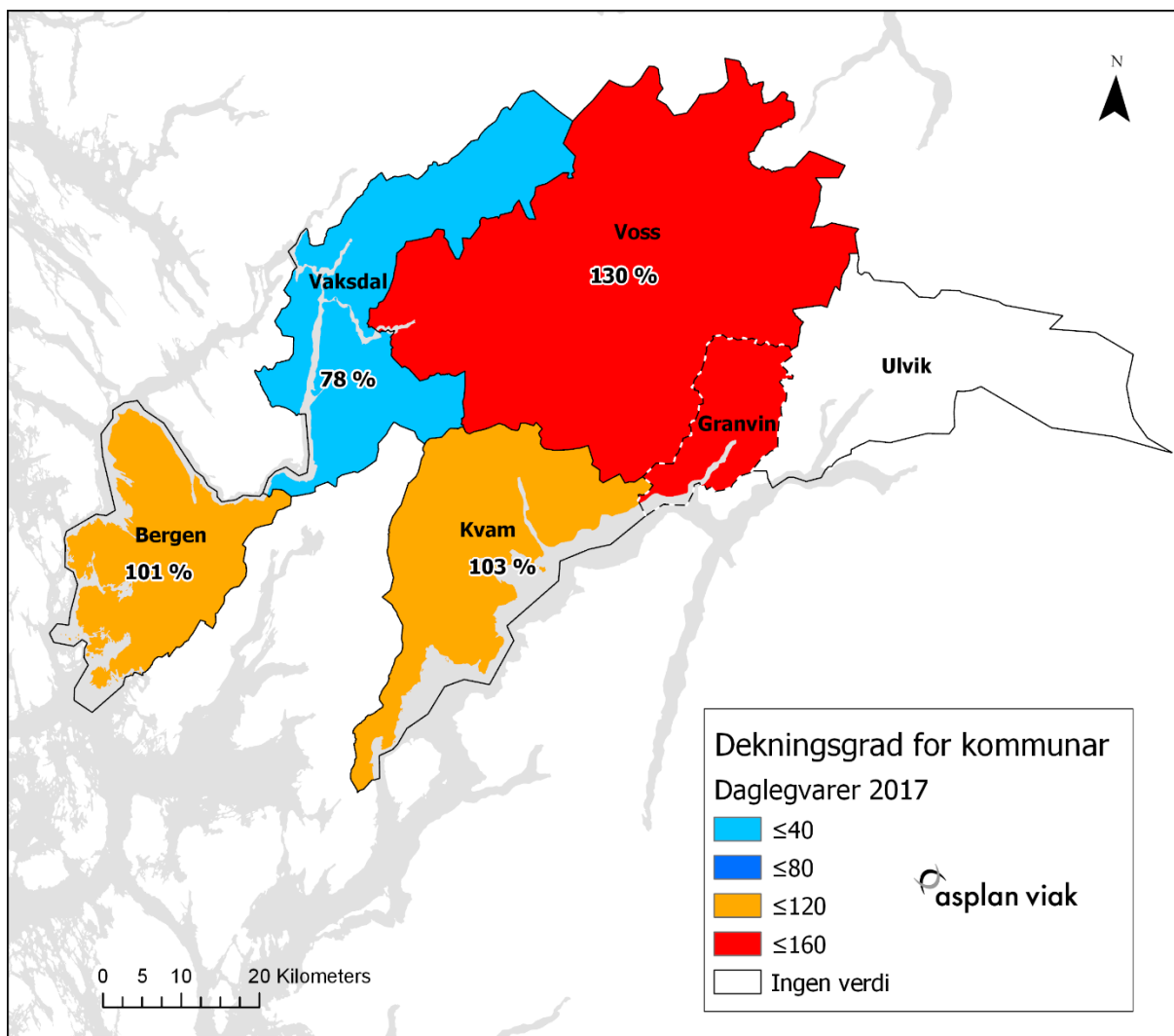


Figur 6-1: Dekningsgrader for detaljvarer i Voss Herad, nabokommunar i Hordaland og Bergen. Kjelde statistikk.ivist.no, 2018. Data for Voss og Granvin er slege saman sidan det vert eit felles herad frå 2020.



### 6.1.2. Daglegvarer

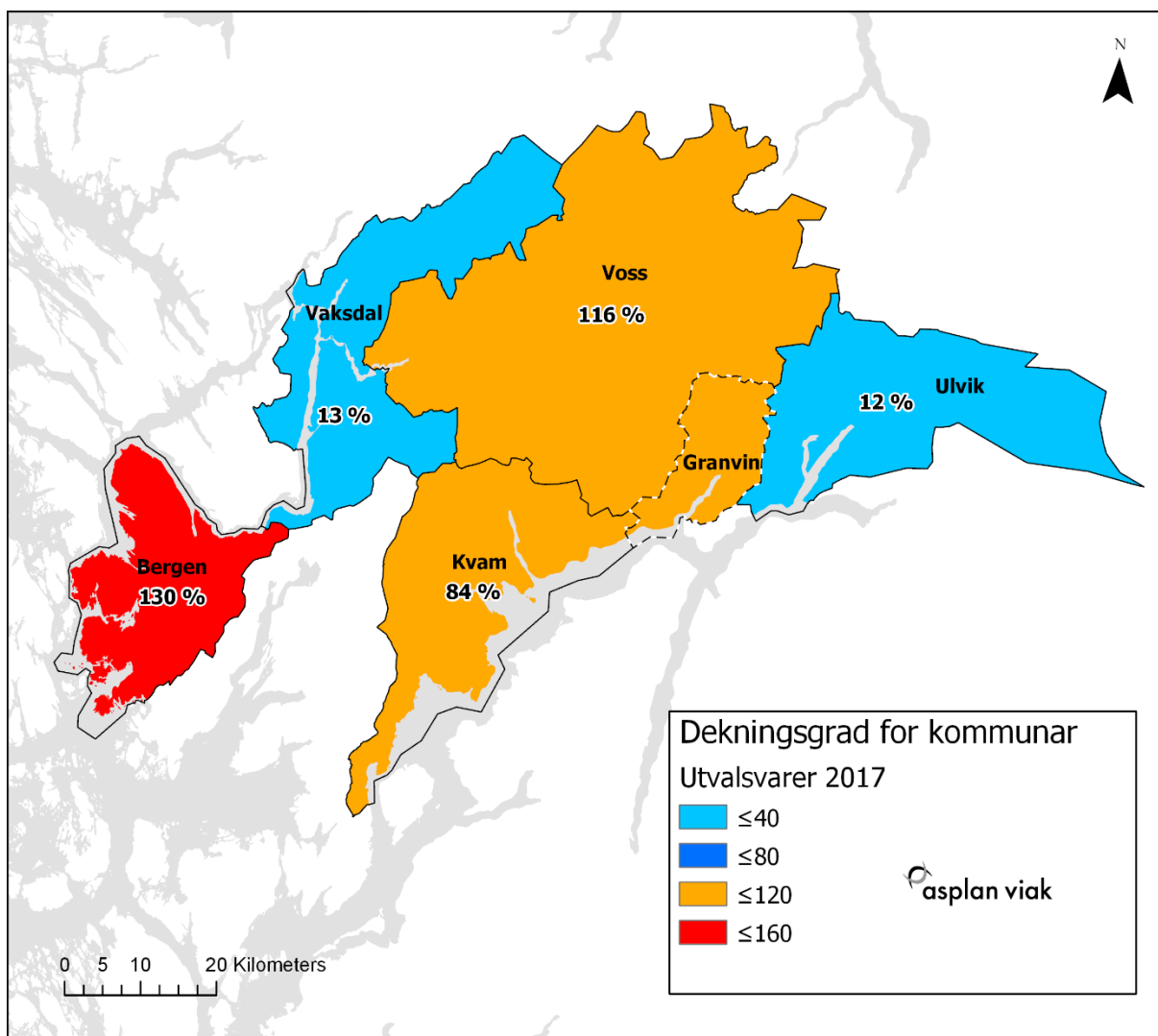
Voss har eit svært stor handelsoverskot for daglegvarer. Truleg skuldast dette mykje handel frå hyttefolk, turistar og gjennomgangstrafikk.



Figur 6-2: Dekningsgrader for daglegvarer i Voss Herad, nabokommunar i Hordaland og Bergen. Kjelde statistikk.ivist.no, 2018. Data for Voss og Granvin er slege saman sidan det vert eit felles herad frå 2020.

### 6.1.3. Utvalsvarer

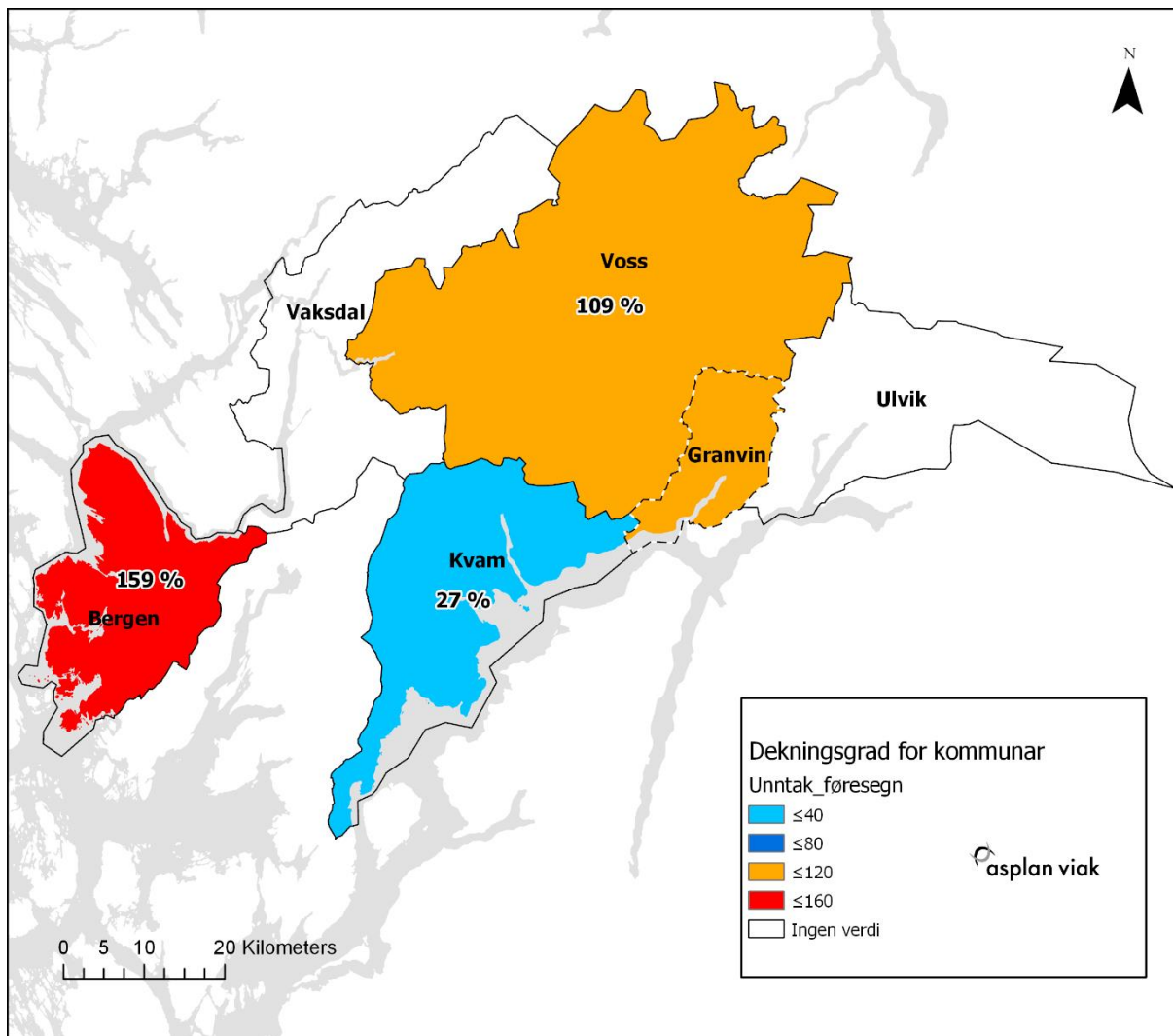
Voss har og eit stort handelsoverskot på utvalsvarer. Ein del av dette skuldast nok at folk frå nabokommunane handlar på Voss. I tillegg er det truleg ein del turistar og hyttefolk. Dette tyder at denne gruppa handlar andre typar vare enn berre daglegvare når dei er på Voss. Når ein samstundes veit at mange på Voss handlar utvalsvarer i Bergen (handelslekkasje til Bergen) så tyder det at den reelle handelen frå hyttefolk og turistar truleg er endra høgare enn det figuren her viser. Dette er godt nytt når det gjeld moglegheita for å utvikle meir handel i Voss sentrum.



Figur 6-3: Dekningsgrader for utvalsvarer i Voss Herad, nabokommunar i Hordaland og Bergen. Kjelde statistikk.ivest.no, 2018. Data for Voss og Granvin er slege saman sidan det vert eit felles herad frå 2020.

#### 6.1.4. Unntaksvarer/Føresegn

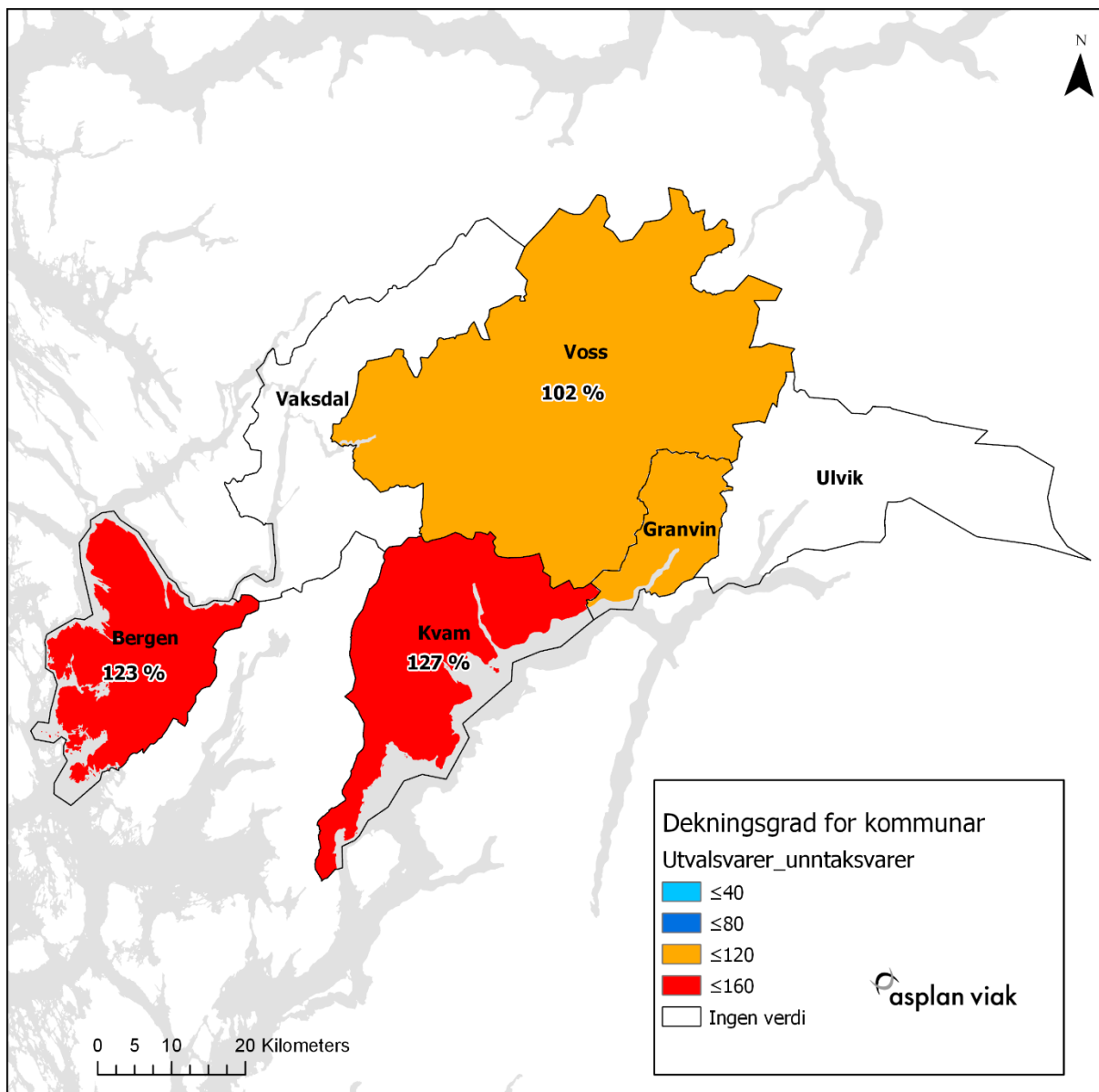
Voss har eit lite handelsoverskot for unntaksvarer/føresegn som primært er plasskrevjande varer.



Figur 6-4: Dekningsgrader for varer i kategorien unntak/føresegn i Voss Herad, nabokommunar i Hordaland og Bergen. Kjelde statistikk.ivist.no, 2018. Data for Voss og Granvin er slege saman sidan det vert eit felles herad frå 2020.

### 6.1.5. Utvalsvarer/ Unntaksvarer

Voss har om lag likevekt for utvalsvarer/unntaksvarer, som er ei varegruppe med butikkar som sel både plasskrevjande varer og utvalsvarer.



Figur 6-5: Dekningsgrader for varer i kategorien utvalsvarer/unntaksvarer i Voss Herad, nabokommunar i Hordaland og Bergen. Kjelde statistikk.invest.no, 2018. Data for Voss og Granvin er slege saman sidan det vert eit felles herad frå 2020.

## 7. ESTIMERT HANDELSAREALBEHOV I 2045

Det er nytta to ulike metodar for å estimere arealbehov (handelsareal) for Voss Herad i 2045: Arealbehov basert på kr per m<sup>2</sup> (omtala som metode 1) og arealbehov basert på 2 m<sup>2</sup> per pers (omtala som metode 2).

### 7.1. Metode 1. Arealbehov basert på kr per m<sup>2</sup>

Dette er ein metode som er nytta i ei rekkje handelsanalysar i Noreg dei siste åra, mellom anna for Os kommune (Asplan Viak, 2017) og Lindås/Radøy/Meland kommunar (Asplan Viak, 2018). Metoden er basert på følgjande trinn:

1. Legge til grunn prognose/scenario for folkevekst mot 2045
2. Finne omsetnadsvekst mot 2045: basert på folkevekst 2045, dekningsgrad som i 2017 og ein vekst i omsetnad per innbyggjar
3. Finne arealbehov til handel i 2045, basert på omsetnadsvekst, erfaringstal for kr per m<sup>2</sup> og ei årleg arealeffektivisering.

#### 7.1.1. Nærare om føresetnadane i «metode 1»

Det vert lagt til grunn 2 scenario for folkevekst i 2045. Scenarioa har ein kome fram til i samråd med Voss kommune:

- Scenario 1: Baserer seg på ein vekst basert på prognosar for Voss og Granvin som er utarbeida av Hordaland Fylkeskommune (2018). Prognosa viser totalt 15 873 innbyggjarar i 2045<sup>10</sup>. Dett er ei auke på 426 nye innbyggjarar i høve 2017, noko som svarar til ein **årleg vekst på 0,1%**.
- Scenario 2: Baserer seg på SSB sine prognosar med høg nasjonal vekst (HHMH) for Voss og Granvin . Prognosa viser totalt 18 983 innbyggjarar i 2045. Dett er ei auke på 3536 nye innbyggjarar i høve 2017, noko som svarar til ein **årleg vekst på 0,8%**.
- Scenario 3 (også omtala som makspotensial): Baserer seg på ein vekst med utgangspunkt i snittet mellom SSB sine HHMH-prognosar og utbygging av K5-alternativ for ny veg og jernbane mellom Bergen og Voss. SSB si prognose er på ca. 3000 nye innbyggjarar i Voss + Granvin og i "Mulighetsstudie- Bergensbaneregionen 2040" (Asplan Viak, 2015) blei det vurdert at det er potensiale for 20 000 nye innbyggjarar i Voss sentrum etter K5-utbygging. Snittet av dette er 8500 nye innbyggjarar i høve 2017, og det svarar til ein **årleg vekst på 2%**.

Tabell 7-1: Moglege scenario for folkevekst i Voss og Granvin.

	<b>Scenario 1: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på HFK framskriving</b>	<b>Scenario 2: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på SSB framskriving</b>	<b>Scenario 3: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på makspot.</b>
<b>Folketalsvekst Voss og Granvin, 2017-2045</b>	426	3536	8500

<sup>10</sup> SSB si prognose går berre til 2040. For perioden 2040-2045 har me nytta same årleg vekst som prognosane for 2018-2040.

Øvrige føresetnader som er lagt inn i estimat for arealbehov (metode 1):

- Handelen i Voss Herad får same dekningsgrad i 2045 som ein hadde i Voss kommune i 2017, dvs:
  - Daglegvarer: 130%
  - Utvalsvarer: 116%
  - Unntaksvarer/føresegn: 109%
  - Utvalsvarer/unntaksvarer: 102%
- Det vert nytta 2% årleg vekst i omsetnad per innbyggjar (svarar til veksten som var i Noreg 2008-2017)
- For å rekne vekst i omsetnad om til m<sup>2</sup>, vert følgande erfaringstal<sup>11</sup> lagt til grunn:
  - Daglegvarer: 30 000 kr per m<sup>2</sup>
  - Utvalsvarer: 30 000 kr per m<sup>2</sup>
  - Unntaksvarer/føresegn: 25 000 kr per m<sup>2</sup>
  - Utvalsvarer/unntaksvarer: 27 500 kr per m<sup>2</sup>
- Arealeffektiviseringsgevinst på 0,5% per år

### 7.1.2. Samla arealbehov, Metode 1

Tabellen under viser eit samla handelsarealbehov på mellom 2 700 og 52 800 m<sup>2</sup>, avhengig av kva folkevekst ein legg til grunn<sup>12</sup>. Det er daglegvarehandelen som har størst arealbehov. Ein daglegvarebutikk har ofte eit arealbehov på 1000-2000 m<sup>2</sup> slik at det kan vere snakk om alt frå 1 til 13 nye butikkar om ein reknar 1500 m<sup>2</sup> per butikk.

Tabell 7-2: Handelsarealbehov, 2045. Behovet er basert på dagens dekningsgrad i dei ulike varegruppene. PS: Areal til sal av drivstoff er ikkje inkludert i tala, medan areal til sal av motorkjøretøy er inkludert (ligg under utvalsvarer).

Varegruppe:	Scenario 1: Arealbehov (m <sup>2</sup> ), basert på HFK framskriving	Scenario 2: Arealbehov(m <sup>2</sup> ), basert på SSB framskriving (HHMH)	Scenario 3: Arealbehov (m <sup>2</sup> ), basert på makspot.
Daglegvarer	1 000	8 000	19 300
Utvalsvarer	900	7 500	18 000
Unntak/Føresegn	600	4 900	11 800
Utvalsvarer/Unntaksvarer	200	1 500	3 700
Sum varer <sup>13</sup>	2 700	22 000	52 800

### 7.2. Metode 2: Arealbehov basert på 2 m<sup>2</sup> per pers

Hordaland Fylkeskommune har ein alternativ metode for å rekne ut arealbehovet på, og som er basert på den sokalla Stavangermodellen (som igjen er basert på den sokalla Osloomodellen). På same måte som metoden i kap.7.1 så reknar ein ut eit arealbehov utifrå folkeveksten, men føresetnadane er litt ulike. Stavangermodellen baserer seg på erfaringstal som viser at kvar innbyggjar bruker 2 m<sup>2</sup> butikkareal.

<sup>11</sup> Dette er erfaringstal frå Asplan Viak og er nytta ulike handelsanalyser i Hordaland og Norge elles, men som er tilpassa den nye varegruppeinndelinga frå HFK.

<sup>12</sup> Merk at dette arealbehovet og gjeld Granvin, men sidan det for Granvin ikkje er vekst i HFK sine prognosar, så er det naturleg at det meste av arealbehovet i dagens Voss.

<sup>13</sup> Sum varer inkluderer areal for sal av motorkjøretøy. Dette er til skilnad for tal for Detaljvarer som ikkje har motorkjøretøy inkludert. Areal til sal av drivstoff er ikkje med i nokon av tala.

### 7.2.1. Samla arealbehov, Metode 2

Samla arealbehovet er med metode 2 estimert til 1000 – 19 900 m<sup>2</sup>, avhengig av kva scenario for folkevekst ein legg til grunn.

Tabell 7-3: Arealbehov for detaljvarer, 2045, etter metode 2. Behovet er basert på dagens dekningsgrad for detaljvarer på Voss (117%). PS: Areal til sal av motorkjøretøy og drivstoff er ikkje inkludert i tala.

<b>Varegruppe og dekningsgrad:</b>	<b>Scenario 1: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på HFK framskrivning</b>	<b>Scenario 2: Arealbehov(m<sup>2</sup>), basert på SSB framskrivning (HHMH)</b>	<b>Scenario 3: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på makspot.</b>
<b>Arealbehov i Voss, detaljvarer 2018-2045</b>	1 000	8 300	19 900

I Tabell 7-4 under er det og gjort ei utrekning av arealbehov også per varegruppe. Fordelinga per varegruppe er gjort utifrå dagens fordeling av omsetnad i varehandel på Voss (38% daglegvarer, 36% utvalsvarer, 19% unntaksvarer/føreseg og 7% utvalsvarer/unntaksvarer).

Tabell 7-4: Arealbehov per varegruppe, 2045, etter metode 2. Behovet er basert på dagens dekningsgrad for detaljvarer på Voss (117%). PS: Areal til sal av drivstoff er ikkje inkludert i tala, medan areal til sal av motorkjøretøy er inkludert (ligg under unntak/føresegn).

<b>Varegruppe:</b>	<b>Scenario 1: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på HFK framskrivning</b>	<b>Scenario 2: Arealbehov(m<sup>2</sup>), basert på SSB framskrivning (HHMH)</b>	<b>Scenario 3: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på makspot.</b>
<b>Daglegvarer</b>	400	3 500	8 400
<b>Utvalsvarer</b>	400	2 900	7 000
<b>Unntak/Føresegn</b>	200	1 500	3 600
<b>Utvalsvarer/Unntaksvarer</b>	100	500	1 200
<b>Sum varer</b>	1 100	8 400	20 200

### 7.3. Usikkerhet i estimering av arealbehov

Det er særdeles viktig å vere klar over dei store usikkerhetsmarginane som ligg i estimat for arealbehov. Dei føresetnadane ein puttar inn i reknestykket er direkte styrande for svaret ein får. Dette ser ein mellom anna i spennet på arealbehov mellom metode 1 og 2.

Mellom anna er prognosane for folkevekst høgst usikre, der to av scenarioa er basert på ei framskrivning og det andre på ein kombinasjon av framskrivning og eit potensial for kor mykje det er plass til (og ei sterk vekst som følgje av utbygging av jernbane og veg i K5-alternativ). Når tidshorizonten er så lang som over 25 år vil ein liten bom i årleg vekst gje store utslag i estimert arealbehov 2045. Høg folketalsvekst over lang tid er uvanleg. I Bergen har ein dei siste åra sett at folketalsveksten frå 2017 til 2018 har vore på under 0,5%. Dersom ein legg til grunn ein slik vekst for Voss fram mot 2045 så vert arealbehovet på under 400 m<sup>2</sup> detaljvarer.

Ei endring i årleg vekst i kjøpekraft frå 2% til 1% gir ei endring i arealbehov for detaljvarehandel frå 52 800 til 40 000 m<sup>2</sup> (basert folketalsvekst i scenario 2).

Likeins er det med dei andre føresetnadane for kr per m<sup>2</sup> og årleg arealeffektivisering. Relativt små endringar vil slå mykje ut på arealbehovet. Det er difor viktig å ha ei bevisst haldning til korleis ein bruker desse tala.

I tillegg må ein ha i mente at det estimerte arealbehovet gjeld i 2045 og difor treng ikkje all arealreserven nødvendigvis vere klar i planane som vert utarbeidd i dag.



## 8. LOKALISERING AV VAREHANDEL I VOSS SENTRUM

Når det gjeld etablering- og lokalisering av handel er det fleire geografiske nivå som må vurderast:

- A. Påverknad og konkurranse mellom kommunar/ byar
- B. Påverknad og konkurranse mellom ulike senter (same kommune eller på tvers av kommunar)
- C. Påverknad og konkurranse internt i eit sentrum

Desse nivåa må sjåast i samanheng. Voss ynskjer ein sterkest mogleg handelstand og konkurrer her særskilt mot Bergen sentrum (A). Samstundes er det ei konkurranseflate på Voss mellom Voss sentrum, Skulestad og Palmafossen/ Brynamoen og Amfisentere (B). Men og internt i sentrum vil ny lokalisering av handel eller flytting av handel påverka resten av sentrum (C). Denne handelsanalysa gjeld fyrst og fremst Voss sentru og me fokuserer mest på lokalisering i høve punkt B.

### 8.1. Kva type handel bør ligge i sentrum?

Som kommune- og regionsenter så ynskjer ein at mest mogleg av handelen i Voss skal ligge i sentrum for å styrke dette. Den type handel som er naturleg å etablere i sentrum, og som og stettar opp om den regionale planen for attraktive senter, vil fyrst og fremst vere utvalsvarer og daglegvarer.

Daglegvarer bør etablerast der folk bur, enten det er i eit senter eller i tette bustadkonsentrasjonar. Daglegvarebutikkane skal og fortrinnsvis vere i gang- og sykkelavstand til bustadområda. Det er difor naturleg at Voss sentrum får eit daglegvaretilbod som tener dagens- og framtidig busette i sentrum og dei tilgrensande bustadområda. Alle nye daglegvarebutikker treng ikkje nødvendigvis å ligge nede i sjølve sentrum (volumet av nye bustader som vert etablert på Vangen vil vere med på å bestemme behovet der), men kan og skje i dei kringliggande bustadområda der evt. ny folkevekst kjem. Som kommune- og regionsenter kan Voss sentrum forøvrig gjerne og ha noko overdekking av daglegvarer.

Tilbodet av utvalsvarer, som t.d. klede, sko og jernvare, har ein sjølvforsterkande effekt og jo fleire butikkar (både av same type og av ulike typar) ein klarer å samla jo større attraksjonskraft får ein i sentrum (ref. kap.3). Det er naudsynt for sentrum å få opp ei viss kritisk masse av butikkar for å kunne konkurrere mot andre handelssenter. Så mykje som mogleg av det estimerte framtidige arealbehovet for utvalsvarer bør difor etablerast i Voss sentrum.

Unntaksvarer/ føresegn er typiske plasskrevjande varer som er vurdert å høve best utanfor sentrum.

I varegruppa utvalsvarer/unntaksvarer ligg butikkar som er i skjæringssona mellom utvalsvarer og unntaksvarer (plasskrevjande varer). Moglege plasseringar av slik varehandel kan vere kan både vere innafør eller utanfor Voss sentrum.

### 8.2. Arealbehov i Voss sentrum

Om ein legg til grunn nokre føringar for kva varegrupper-, og kor stor andel av desse varene-, som bør etablerast i Voss sentrum fram til 2045, så kan ein rekne seg fram til eit arealbehov for Voss sentrum særskilt. Dette er gjort i Tabell 8-1, og under følgande føresetnader (og som igjen er basert på vurderingane i kap.0):

- 65% av daglegvarebehovet kjem i Voss sentrum som følgje av at det meste av folketalsveksten kjem i/rundt sentrum.
- All utvalsvarehandel kjem i Voss sentrum
- Alle unntaksvarer/føresegn (plasskrevjande handel) kjem utanfor Voss sentrum
- 50% av unntaksvarer/utvalsvarer kjem i Voss sentrum

Tabell 8-1: Arealbehov for Voss sentrum i 2045 basert på 3 scenario for folkevekst og to ulike metodar å rekne arealbehov på.

	<i>Scenario 1: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på HFK framskrivning</i>	<i>Scenario 2: Arealbehov(m<sup>2</sup>), basert på SSB framskrivning (HHMH)</i>	<i>Scenario 3: Arealbehov (m<sup>2</sup>), basert på makspot.</i>
<b>Arealbehov Voss sentrum, 2045- Metode 1</b>	1 500	13 500	32 400
<b>Arealbehov Voss sentrum, 2045- Metode 2</b>	700	5 400	13 100

Tabellen viser at arealbehovet for handel i Voss er stort dersom ein legg ein scenario 3 til grunn. Men her må det igjen peikast på at dette scenarioet er langt fram i tid og basert på bygging av K5, og samstundes og ei svært stor utbygging av bustader basert på ledig areal i Voss sentrum. I tillegg, om ein tek utgangspunkt i det totale arealbehovet i Voss Herad, så er det óg mange kvadratmeter igjen til handel *utanfor* sentrum. Det er gjerne utanfor sentrum at handelsnæringa ynskjer å etablere seg fyrst, og dersom dei får høve til dette så kan det kvele sentrum. Det er difor viktig å tenke på kva rekkefølge utviklinga av handel skal skje reint geografisk. Om ein skal planlegge for eit sterkt sentrum må ein ha fokus på å få opp handelsvolumet der før andre handelsområdet tek for store delar av marknaden.

## 9. KJELDER

Asplan Viak, 2018. *Handel og næring, Lindås, Meland og Radøy*. For Lindås, Radøy og Meland kommunar.

Asplan Viak, 2017. *Senterstruktur og Handelsanalyse Os kommune*. Kunnskapsgrunnlag. For Os kommune.

Asplan Viak, 2015. *Bergensbaneregionen 2040*. Mulighetsstudie.

Hordaland Fylkeskommune, 2018. *Fylkesprognosar Hordaland 2018-2045: Befolkning*. AUD-rapport nr:5-18.

Hordaland Fylkeskommune, 2015. *Regional plan for attraktive senter i Hordaland- senterstruktur, tenester og handel*.

SSB, 2018 v/ Tore Halvorsen. *Husholdningenes netthandel- Dokumentasjonsnotat*. Rapport 2018/39.

<http://www.thoneiendom.no/kjopesenter/amfi-voss/> (februar 2019)