

Handelsanalyse for Biltema
Haukås Næringspark

Opus Bergen AS
April 2017



Innhold

Innledning.....	3
Bakgrunn	3
Modell for handelsanalyse	3
Om Biltema.....	5
Om Haukås Næringspark.....	6
Handelsomland	7
Tall for varehandel i handelsomland.....	7
Forventet handelsvekst.....	9
Biltemas betydning for senterutviklingen.....	9
Biltemas betydning for trafikk.....	10

Innledning

Opus Bergen AS har på oppdrag fra Bep Invest AS utarbeidet en enkel handelsanalyse i forbindelse med at Biltema har inngått avtale om etablering av en Biltema-forretning på 6000 m2 BRA i Haukås næringspark i Åsane.

Bakgrunn

Biltemas forretning i Åsane ønskes flyttet til Haukås, dette begrunnet både i vanskelige trafikale forhold og behov for større lokaler. Lokaliseringen på Haukås gir forretningen ytterligere 1500 m2 areal. Det vil først og fremst åpne for at forretningen i større grad kan gi plass til mer arealkrevende varer. Det er forventet en omsetningsvekst for ny butikk på ca. 40 mill. kr. gjennom etableringen på Haukås fra dagens drøye 100 mill. kroner.

Bergen kommune gav i brev av 12. desember 2016 dispensasjon fra reguleringsplan Haukås næringspark, planid: 16740000 for å etablere Biltema på Haukås. Området er regulert til industri/lager. Det er i planen åpnet for varehandel for plasskrevende vareslag.

Bergen kommune har i sin dispensasjon blant annet lagt vekt på følgende i sin begrunnelse:

«..etablering av Biltema i nye lokaler i Haukås næringspark vil gi virksomheten mulighet til å utvide vareutvalget med en større andel av plasskrevende varer. Virksomheten vurderes på bakgrunn av overforstående til å ikke være vesentlig forskjellig fra de virksomheter som tillates innenfor reguleringsformålet. Hensynet til en bred, helhetlig og grundig vurdering av arealbruken i det aktuelle området vurderes til å være ivaretatt.»

Fylkesmannen klaget på dispensasjonsvedtaket i brev datert 19.12.2016. Fylkesmannen mente vedtaket var i strid med Regional plan for attraktive senter og mente dette krevde tillatelse fra regional planmyndighet.

Hordaland fylkeskommune har vurdert spørsmålet på bakgrunn av et brev fra Bergen kommune datert 24.02.2017 og konkludert slik:

Etablering av detaljhandel som Biltema i område for industri og lager i Haukås næringspark er ikkje i samsvar med føresegnene til regional plan for attraktive senter og fell ikkje inn under unntaksreglane. Det må innhentast samtykke frå fylkeskommunen for å vurdere om tiltaket kan gjennomførast.

Samtykkesøknaden skal utarbeides av tiltakshaver sammen med en handelsanalyse. Opus Bergen AS har fått i oppdrag å utarbeide handelsanalysen.

Modell for handelsanalyse

Oppdragsgiver har rettet en forespørsel til Hordaland fylkeskommunen, Regionalavdelinga, planseksjonen om handelsanalyser for handelsbedrifter som Biltema. Det heter i svaret:

«Vi har foreløpig ingen gode relevante modellar, og skisse til mal for handelsanalyse er ikkje godt tilpassa dette nivået.»

Vi anbefaler at de utdypar dei punkta som blei trekt fram og understreka på lysarka under orienteringa. Det trengs ikkje ein omfattande analyse.

Det er generelt viktig å vurdere handelsbalansen i bydelen/kommunen og moglege utviklingstrekk for aktuelle varer. Dessutan vurdere konsekvensar for regionale senter /bydelssenter og andre senter i nedslagsfeltet. Regionale senter går fram av den regionale planen. Lokalsenter går fram av kommuneplanen. Positive og negative verknader for senterutvikling og biltransport er viktig å få fram.»

Når en utarbeider en handelsanalyse for etablering av detaljvarehandel, tar en utgangspunkt i et nærmere definert handelsomland. For dette omlandet beregnes handelspotensialet for de varegruppene som skal inn i den aktuelle forretningen basert på tilgjengelig handelsstatistikk fra SSB og folketall i handelsomlandet. Dersom omsetningen av de aktuelle varene fra butikker/sentre innenfor handelsomlandet er større enn det beregnede handelspotensialet vil dekningsgraden være større enn 100 %. Er omsetningen lavere enn det beregnede handelspotensialet, er det en dekningsgrad på under 100 prosent, og således en underdekning. Er det en overdekning, kan dette gi grunnlag for å si nei til etablering av ny virksomhet, er det underdekning åpner det opp for nyetableringer.

Det er et delmål i fylkesdelplanen at «*Dekningsgrad for detaljvarehandel skal balanserast mot folketal i handelsomlandet definert av kommunen*». Utfordringen med dette målet er at det for enkelte vareslag ikke er et marked for å etablere et forretningstilbud i alle kommuner. Dette gjelder særlig for de arealkrevende varene, slik de er definert i kommuneplanens arealdel: «*..biler og motorkjøretøy, landbruksmaskiner, brune- og hvitevarer, møbler, trelast og andre større byggevarer*», men også for øvrige detaljvarer. Derfor har en del større kommuner en handelsdekning på mer enn 100 prosent.

Bergen kommune er en av kommunene som har en høyere handelsdekning enn 100 prosent (116 prosent i 2015). Åsane bydel har for detaljvarer en handelsdekning på 120 prosent. For enkelte varegrupper innenfor arealkrevende varer er dekningen det mangedoble. Dette gjelder særlig for møbel, elektro og byggevarer.

For å kunne beregne dekningsgraden er det viktig å kunne kategorisere de ulike handelstilbudene, vanligvis mellom varegruppene innenfor øvrig detaljhandel og med varegruppene innenfor kategorien arealkrevende varer. Men det skjer en stadig større bransjeglidning som gjør det vanskelig å kategorisere handelstilbudene. Nå omsettes arealkrevende varer og øvrig detaljhandel i samme butikklokale i en helt annen grad enn tidligere.

Dette gjør det også langt vanskeligere å vurdere hvordan en virksomhet som selger varer innenfor et bredt vareutvalg påvirker handelsbalansen innenfor et nærmere avgrenset handelsomland. På denne bakgrunn må vi ha en alternativ tilnærming til en handelsanalyse knyttet til Biltema.

Da departementet i 2008 reviderte de Rikspolitiske planbestemmelsene utelot departementet en kategorisering av vareslag mellom arealkrevende varer og øvrige detaljvarer fordi bransjeglidningen var så stor at det ble vanskelig å skille det ene

handelskonseptet fra det andre. Hovedutfordringen har dels vært en økende likhet mellom ulike konsepter kategorisert innenfor ulike bransjer, dels at virksomheter innen samme bransje blir mer ulike.

Med byggevarer som eksempel: Maxbo selger interiør og farge, det gjør også Coop, som er etablert på Haukås. Innenfor møbler: Møbelringen selger kun møbler mens IKEA også selger interiør og kjøkkenutstyr. Og for å ta andre eksempler: Jula selger sementblandere og dusjkabinett, samtidig som Biltema selger toaletter, trelister, treplater, benkeplater, snøfresere og ski bokser. Felleskjøpet som har etablert forretning i nabolaget til Haukås næringspark har eksempelvis et stadig økende tilbud innen klær og leker.

Om Biltema

Biltema driver sin virksomhet innenfor et konsept som omfattes av begrepet «bransjeglidning». Butikken omsetter både arealkrevende varer og øvrige detaljvarer. Biltema omsetter betydelig med byggevarer og andre arealkrevende vareslag. Av Biltema sine 19000 varelinjer står byggevarer for 9000 av disse. Også andre arealkrevende vareslag utgjør en betydelig del av vareutvalget. Det gjelder typiske tyngre hagesentervarer, arealkrevende bil- og båttilbehør som snøfresere og båthengere.

Biltema har selv beregnet de plasskrevende varenes andel av samlet omsetning til å være i underkant av 70 prosent. Dette anslaget baserer seg på en gjennomgang selskapet gjorde høsten 2015 på bakgrunn av et ønske om å få endret næringskoden fra detaljhandel til næringskode 47.521: Butikkhandel med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer. Virksomhet/art/bransje er beskrevet som Butikkhandel med bredt utvalg av bildeler og bilutstyr, jernvare, verktøy, byggevare, hjem og fritidsartikler, andre relaterte produkter herunder plasskrevende varer. Dette ble akseptert av Statistisk Sentralbyrå samme høst og bidrar til å trekke Biltema mer i retning av en byggevarehandel med bredt utvalg. Det er verd å merke seg at Biltema ved alle sine seneste etableringer i Bryne, Karmøy, Lillehammer, Gjøvik, Skien, Drøbak mfl. er godkjent som plasskrevende handel. Når Biltema søker å få flytte butikken fra Nyborg til Åsane er tanken å utvide arealet for å få mer plass til de arealkrevende varene, særlig byggevarene.

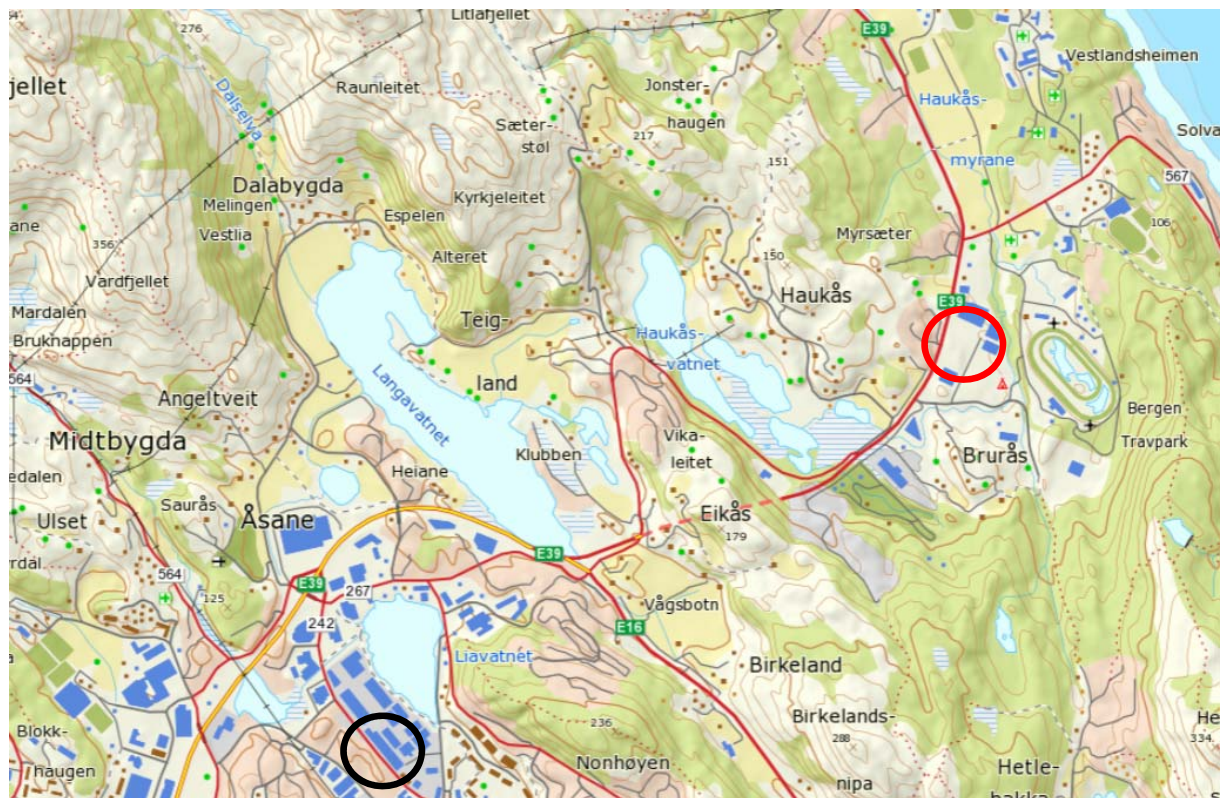
Biltema er primært et bilbasert handelstilbud siden varene som kjøpes ofte er store i omfang og veier mye. Varelevering til butikkene foregår med semi-trailere med leveranser 6-7 ganger i uken. Proffkundene utgjør 6 prosent av omsetningen. Dette tilsier en plassering der det er gode parkerings- og manøvreringsforhold for store biler, noe som i praksis er umulig å få til i sentrum. Butikkene er også store, det i seg selv gjør sentrumslokalisering svært vanskelig, og per i dag er ikke Biltema lokalisert i noe bysentrum.

Om Haukås Næringspark



Figur 1 Fotomontasjen viser plassering av de nye byggene i Haukås næringspark.

Haukås næringspark ligger i Åsane bydel langs E39 like nord for Eikås-tunnelen. Næringsparken ble etablert i 2011 og er siden bygget ut med bensinstasjon, ulike typer lager- og produksjonsbedrifter og forretninger for arealkrevende varer. Næringsparken er planlagt fullt utbygd og ferdigstilt i 2018.



Bergen kommune har gitt rammetillatelse til etablering av Cramo, Optimera Monter, Megaflis og Biltema. Sistnevnte er planlagt plassert i samme bygg som Megaflis. For vedtaket om å etablere Biltema i næringsparken foreligger det klage fra Fylkesmannen.

Handelsomland

Biltema har per i dag tre forretninger i Bergensområdet, en i Ytrebygda, en i Laksevåg og en i Åsane bydel. Det er antatt at Biltema-butikken i Åsane henter sine kunder fra Åsane bydel, Arna bydel, deler av Bergenhus bydel og fra Nordhordlandskommunene, særlig Osterøy, Meland og de mer sentrale delene av Lindås kommune. Samlet innbyggerantall i handelsområdet antas å ligge på ca. 110.000, men butikken blir også besøkt av kunder som stikker innom når de likevel er i Åsane.

Tall for varehandel i handelsomland

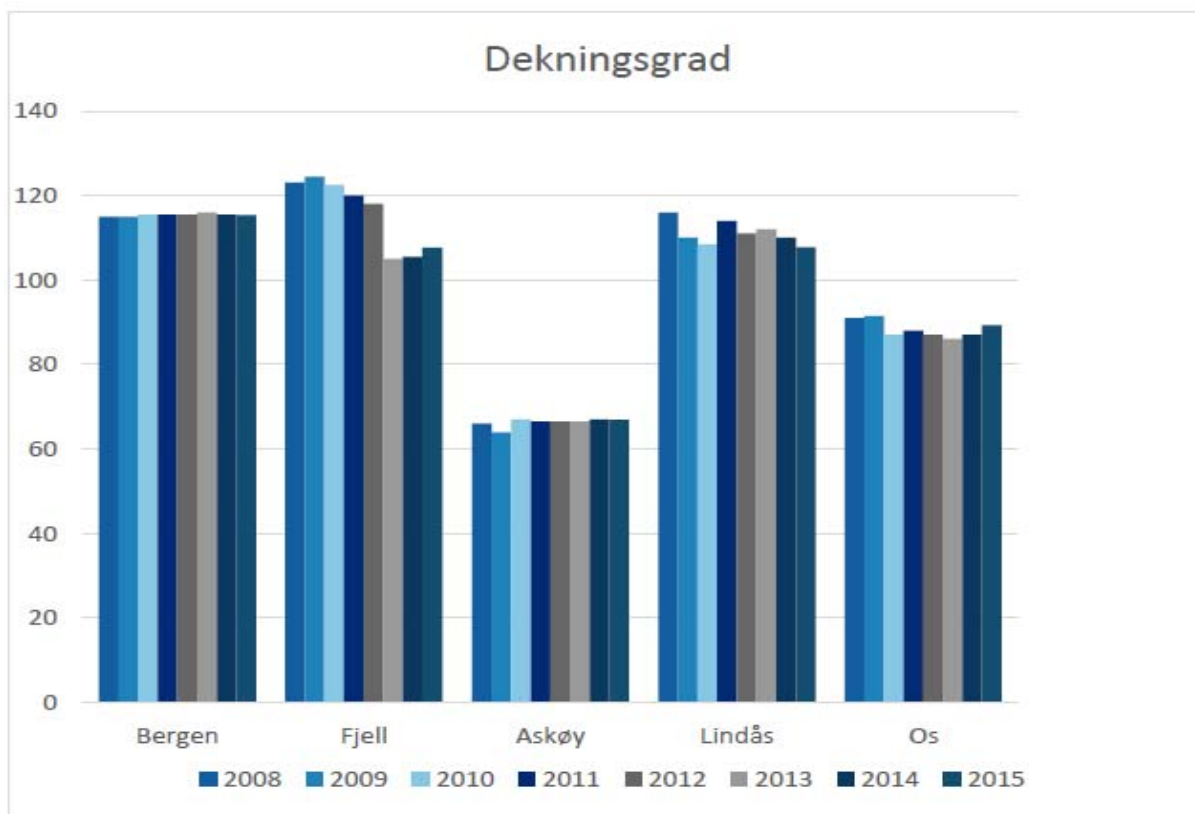
Handel (mill kr)	2013	2014	2015	Vekst 2009-2015	Vekst 2015
Askøy	1.333	1.402	1.446	30,5 %	3,1 %
Bergen	23.357	24.272	25.010	22,2 %	3,0 %
Fjell	1.841	1.955	2.059	9,5 %	5,3 %
Lindås	1.252	1.277	1.289	18,8 %	1,0 %
Os (Hord.)	1.177	1.246	1.315	25,2 %	5,5 %
Totalt	28.960	30.152	31.118	21,6 %	3,2 %

Tabell 1 Tabellen viser utviklingen i detaljvarehandelen for kommuner i Bergensregionen. Kilde: Varehandelsrapport for 2016. SR-Bank

Sparebank 1 Varehandelsrapport for 2016 viser at det også i 2015 var betydelig vekst i detaljhandelen i Bergensregionen. I Bergen økte handelsvolumet med 3,0 prosent, veksten for årene 2009-2015 var på 22,2 prosent. For Lindås kommune var tilsvarende tall 1,0 og 18,8 prosent.

Både Bergen og Lindås kommuner hadde en dekningsgrad på over 100 prosent, Bergen kommune 116 prosent, Lindås 106 prosent. Handelsdekningen har falt for begge kommuner siden 2007, da den var henholdsvis 118 og 113 prosent.

Lindås sin handelsdekning må ses i sammenheng med den lave handelsdekningen i nabokommunene Meland og Radøy. I 2007 hadde Meland og Radøy en handelsdekning på henholdsvis 48 og 56 prosent. Denne har neppe endret seg vesentlig de siste ti årene. I realiteten snakker vi om en betydelig handelslekkasje fra Nordhordland til Bergen.



Tabell 2 Kilde: Dekningsgrad detaljvarer i kommunene i Bergensregionen. Kilde: Varehandelsrapport for 2016. SR-Bank

Kommune	Antall innb. 2007	Omsetning 2007	Omsetning pr. innb	Lekkasje / Tilgang kr.	Lekkasje / Tilgang %
Bergen	247 620	20 362	84 527	3 204	+18,1 %
Meland	6 016	151	36 848	-216	-48,5 %
Osterøy	7 186	240	34 284	-272	-52,1 %
Lindås	13 594	1 080	81 474	136	+13,8 %
Radøy	4 658	160	31 012	-194	-56,7 %

Tabell 32 Tall for varehandel og handelslekkasje/tilgang. Kilde: Handelsanalyse Åsane S3. Opus Bergen AS

Går vi inn og ser på de enkelte bydelene som omfattes av Biltemas handelsomland, har veksten i Åsane i perioden 2009 til 2014 vært på 17,5 prosent, og nådde 4509 mill. kr. i 2014. Arna bydel hadde en vekst på 13,5 prosent og nådde 571 mill. kr. Arna bydel hadde en svakere vekst enn resten av Bergen, Åsanes vekst lå på samme nivå som veksten i Bergen.

Arna hadde en handelsdekning på under 50 prosent fordelt på alle varegrupper i 2014. Det er med andre ord en betydelig underdekning i bydelen. Dette henger dels sammen med et tynt befolkningsgrunnlag, som gjør det vanskelig å etablere et stort tilbud av forretninger, dels med den store konkurransen med det svært omfattende handelstilbudet særlig i Åsane sentrale deler, Lagunen og Bergen sentrum.

Tabell 4 viser fordelingen av detaljhandel mellom varegrupper. Den avtegner et tydelig bilde for Åsanes del. Dagligvarenes andel av samlet detaljhandel er under halvparten av tilsvarende handel for hele Bergensregionen. Typiske arealkrevende varer som møbler/elektro og byggevarer utgjør en andel av samlet detaljhandel i bydelen på mellom

tre og to ganger større enn for tilsvarende varegrupper i hele Bergensregionen. Åsane ligger også høyt på sport- og fritidsartikler, mens bydelen ligger litt under snittet for klær, tekstiler og skotøy og for andre utvalgsvarer. For disse gruppene antas andelen å ha økt etter at Horisont åpnet i november 2015.

Litt forenklet beskrevet kan en si at Åsane per i dag er bydelen for handel med arealkrevende varer. I kroner utgjorde møbel og elektro et handelsvolum på nær 1,6 mrd. kroner, byggevarer 500 mill. kroner i bydelen. For disse varegruppene er det en betydelig handelslekkasje inn til Åsane og bydelen har en regional funksjon både for møbler, elektronikk og byggevarer.

	Hordaland	Bergensregionen	Bergen sentrum	Åsane
Detaljvaregruppe	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Dagligvarer	46,3 %	43,3 %	34,0 %	19,1 %
Klær, tekstiler og skotøy	9,6 %	10,7 %	21,6 %	8,7 %
Annen utvalgshandel	18,0 %	18,8 %	26,2 %	15,1 %
Butikkhandel med sportsutstyr, spill og leker	4,4 %	4,8 %	5,8 %	7,5 %
Møbler og elektro	9,8 %	10,8 %	6,6 %	35,2 %
Jernvarer, fargevarer og andre byggevarer	7,4 %	6,3 %	1,2 %	11,2 %

Tabell 3 Ulike varegruppers andel av detaljvarehandel i Hordaland, Bergensregionen, Bergen sentrum og Åsane. Kilde: Varehandelsrapport for 2015. SR-Bank

Forventet handelsvekst

Hvordan antas handelen å utvikle seg i årene som kommer? Det hersker betydelig usikkerhet knyttet til forventet handelsvekst. Legger vi til grunn at vi i de neste 15 årene vil oppleve den samme veksttakten i gjennomsnitt som den vi har opplevd de foregående ti årene, kan vi forvente oss en årlig veksttakt på ca. 3 prosent. Det tilsvarer en vekst i handelsvolum på 55 prosent over 15 år. Blir den årlige veksten på 2 prosent, gir det en samlet vekst de neste 15 årene på 35 prosent.

For detaljhandel i Åsane betyr dette en vekst på mellom 1500 og 2500 mill. kr. Med samme veksttakt i Lindås betyr dette en økning på mellom 450 og 700 mill. kr, for Arna mellom 200 og 300 mill. kr.

Biltemas betydning for senterutviklingen

Selv om Biltema med sin økning i butikkareal på 33 prosent og antatte tilsvarende vekst i omsetning vil ha stor betydning for denne kjeden i Bergen, vil betydningen for handelsdekningen og handelslekkasje for kommuner og senterområder være ubetydelig. Omsetningsveksten på 40 mill. kroner utgjør 2 prosent av storvarehandelen i Åsane bydel og 1 prosent av den samlede handelsomsetningen i bydelen. Antar vi at veksten for storvarehandel i Åsane bydel vil ligge på 2 prosent per år, vil den forventede veksten i

Biltemas omsetning, utgjøre 3 prosent av denne veksten. I denne sammenhengen er betydningen av det økte handelsvolumet for Biltema heller beskjedent.

Antar vi at 30 prosent av omsetningen til Biltema utgjøres av byggevarer, vil en økning på 40 mill. kroner gi en økning i byggevareomsetningen på 12 mill. kr. Dette utgjør 2,5 prosent dagens byggevareomsetning i bydelen på ca. 500 mill. kr. Vokser denne omsetningen med en veksttakt på to prosent (35 prosent på 15 år), vil økningen innen 15 år tilsvare 175 mill. kroner, 15 ganger mer enn antatt vekst i omsetningen av byggevarer hos Biltema.

Samtidig skal en ikke fullstendig avskrive betydningen av at det nå etableres flere virksomheter for arealkrevende handel på Haukås. Dette kan bidra til å justere litt på tyngdepunktet for arealkrevende handel i Åsane, men vil neppe ha negativ innvirkning på handelen sentralt i Åsane.

Biltemas betydning for handelslekkasjen fra bydelssenteret i Arna antas også å være beskjeden. Dels fordi kunder til kjøpesenteret i Arna utgjør en beskjeden andel av Biltema i Åsane sin samlede kundemasse, og dermed bare vil kjøpe en mindre andel av den forventede omsetningsveksten. Dels fordi det for en rekke av varegruppene som omsettes hos Biltema ikke finnes tilsvarende tilbud i Arna bydel og at lekkasjen allerede er en realitet. Like fullt må en regne med at en ny forretning med denne størrelsen og dette varetilbudet bidrar til å trekke flere kunder til butikken, også beboere i Arna og at disse derigjennom gjør seg nytte av øvrige handelstilbud i Åsane bydel. Den samme betraktningen vil gjøre seg gjeldende når det gjelder handelslekkasje fra regionsenteret Knarvik.

Hvilken betydning vil flyttingen av Biltema fra Nyborg til Haukås ha for de nærmeste lokalsentrene? Det nærmeste lokalsenteret avsatt i kommuneplanens arealdel ligger på Myrsæter vegg i vegg med Haukås næringspark. Dette har vært under regulering i en lengre periode, men reguleringsarbeidet er ikke avsluttet fordi det på kort sikt hersker betydelig usikkerhet om dette lokalsenterets skjebne. Det har sin sammenheng med at de store utbyggingsplanene som skulle realiseres for nordre del av Åsaner del er utsatt på ubestemt tid.

Det øvrige lokalsenteret er Ytre Arna. Indre Arna og Åsane sentrale deler har også lokalsenterfunksjon, men er først og fremst bydelssentre. Uten å gå i detalj når det gjelder hvilke varegrupper som i hovedsak omsettes i Biltemas butikker, er konkurranseflaten mot disse sentrenes vareutvalg begrenset. Biltema etablerer seg i en næringspark der det er andre virksomheter for arealkrevende varer. Selv om etableringen av Biltema her antas å trekke flere kunder til næringsparken, vil ikke det øvrige handelstilbudet i næringsparken innebære en handelslekkasje som vil ha betydning for disse lokalsentrene.

Biltemas betydning for trafikk

Biltemas forretning i Åsane hadde i 2016 nær 400.000 besøkende. Antar vi at det med hver bil kom to besøkende, innebærer besøkstallene en daglig biltrafikk basert på seks virkedager i uken på ca. 650, er lik en ÅDT på 1100. Hvor mange av disse som også besøkte andre forretninger i dette området, kjenner vi heller ikke til, men det er grunn til å tro at et besøk

på Biltema på Nyborg ble kombinert med besøk på noen av de andre store forretningene som ligger i dette området.

Hvordan trafikken kommer til å utvikle seg dersom forretningen etableres på Haukås, vet vil ikke, men det er grunn til å anta at det også her er snakk om en trafikk som også vil gå til de øvrige storvarehandelsbutikkene i næringsparken.

Statens vegvesen har i en uttalelse til dispensasjonssøknadene for tiltaket datert 30.09.16 uttalt seg om de trafikale utfordringene:

Statens vegvesen vurderer det som positivt at Biltema kan etableres på Haukås som er et nytt næringsområde som er bedre tilrettelagt. Vi kan heller ikke se at etablering av Biltema i Haukås næringspark vil være betydelig i strid med regulert formål eller føre til vesentlig ulempe i forhold til trafikkavvikling og trafiksikkerhet i Haukås næringspark.

Det er også påpekt i uttalelsen fra Statens vegvesen at dagens beliggenhet på Nyborg har vanskelige trafikkforhold og et mangelfullt tilbud til myke trafikanter.

For biltrafikkens del er det viktig å peke på at Biltema er en forretning som i stor grad er bilbasert. Dette henger sammen med at varene til dels er omfangsrike og til dels har stor vekt, noe som gjør dem lite velegnet for frakt via kollektiv eller sykkel. En plassering på Haukås, vil øke reisedistansen for dem som kommer fra Bergenhus og sentrale deler av Åsane. For kunder fra Osterøy, Arna, nordre del av Åsane og Nordhordland vil reisedistansen reduseres tilsvarende. Alt i alt vil flyttingen ha marginal betydning for transportarbeidet.

Kilder

Varehandelsrapporten 2015. SR-Bank

Varehandelsrapporten 2016. SR Bank

Handelsanalyse for Åsane S3. Opus Bergen AS. 2009

Handelsanalyse for Åsane senter. Bergen kommune. 2011

Handelsanalyse for Nyborg. Ideas2 Evidence. 2014



ADRESSE:
Strandgaten 59
5004 Bergen

EPOST:
post@opus.no

TELEFON:
55 21 41 50

WEB:
www.opus.no

PROSJEKTNUMMER
P17021

OPPDRAGSANSVARLIG
Gunnar Wiederstrøm

MEDARBEIDERE