



05.06.2018

Mal for handelsanalysar i Hordaland

Regional plan for attraktive senter i Hordaland
– senterstruktur, tenester og handel 2015 – 2026

OM RAPPORTEN

Ansvarleg avdeling/eining: Regionalavdelinga, Planseksjonen
Kontaktinformasjon/e-post: anne-kathrine.vabo@hfk.no
Dato: juni 2018

INNHALD

FØREMÅL MED HANDELSANALYSE.....	4
MAL FOR HANDELSANALYSE.....	5
RETTLEIAR TIL MAL FOR HANDELSANALYSE.....	11
REGIONAL FØRESEGN OG RETNINGSLINER	16
ORDLISTE.....	17
STATISTIKK OM DETALJHANDEL.....	19

Føremål med handelsanalyse

Krav til handelsanalyse er heimla i *Regional plan for attraktive senter i Hordaland - senterstruktur, tenester og handel* (Senterplanen). Planen har som hovudmål at:

Hordaland skal ha attraktive senter som fremjar livskvalitet, robust næringsliv og miljøvenleg transport. Sentera skal tilretteleggje for vekst i heile fylket.

- *Sentera skal utformast slik at dei er attraktive å vere, bu og drive næring i.*
- *Sentera skal ha eit mangfald av tenester, arbeidsplassar, fritids- og kulturtilbod tilpassa senteret sitt nivå i senterstrukturen.*
- *Sentera skal vere attraktive for handel med handelsverksemd dimensjonert etter nivå i senterstrukturen.*
- *Sentera skal vere tilrettelagt for effektiv og miljøvenleg transport i, til og frå sentrum.*

Når det gjeld handel har planen følgjande delmål:

- Dekningsgrad for detaljvarehandel skal balanserast mot folketal i handelsområdet definert av kommunen
- Ny detaljvarehandel skal i hovudsak lokalisert i senter og innafor sentrumsområdet
- Daglegvarehandel skal lokalisert i senter eller nær bustadområde

Regional føresegn slår fast at dersom nytt eller samla bruksareal for detaljhandel i reguleringsplan eller ved søknad om byggeløyve/ rammeløyve overstig 3000m² krevst det samtykke frå fylkeskommunen. Det blir kravd handelsanalyse for å vurdere samtykke. For tiltak større enn 15 000 m² gjeld krav om konsekvensutgreiing etter *Forskrift om konsekvensutgreiing, Vedlegg I*. KU kan også vere aktuelt ved vurdering etter forskrifta Vedlegg II, pkt. 10 b og 11 j.

Med handelsanalyse etter Senterplanen meinast ikkje ei marknadsundersøking, men ei analyse av ny handelsetablering i høve til regionale føringar. Gjennom handelsanalysen skal ein sikre at saker som gjeld ny handelsetablering blir tilstrekkeleg opplyst før ein tar ei avgjerd om etableringa er i tråd med målsetningar i Senterplanen. Handelsanalysen skal vere lettfatteleg og kunne etterprøvast.

Mal for handelsanalysar i Hordaland er ei mal for handelsanalysar på tiltaksnivå; i samband med handelsareal i reguleringsplan eller byggeløyve/rammeløyve. Men malen kan også nyttast som eit utgangspunkt for overordna handelsanalysar.

Retningslinjene i Senterplanen seier at behov for areal til handel skal vere tema i kommuneplanens arealdel. Kommunen kan med fordel utarbeide overordna analyse av handelsdekning og –fordeling, for heile eller delar av kommunen/ regionen. Handelsanalysar på kommunenivå bør gi informasjon og tal som kan nyttast i handelsanalysar i enkelt saker. Dersom kommunen har utarbeidd handelsanalyse, for eksempel i samband med områdeplanlegging av senterområde, eller ei overordna handelsanalyse som er så grundig at den vert tilstrekkeleg grunnlag for regional vurdering av søknad om nytt handelsareal, fell kravet om handelsanalyse på tiltaksnivå bort.

Malen er utforma med sju delar som skal fyllast ut. Til kvart punkt er det utarbeida rettleiing, sjå vedlagte Rettleiar til mal for handelsanalyse. *Regional plan for attraktive senter i Hordaland - senterstruktur, tenester og handel* kan lastast ned på www.hordaland.no. Regional føresegn for handel er vedlegg til denne malen.

Det er ulike problemstillingar kor ein er i fylket når det gjeld handel. Malen gjeld for heile Hordaland, men opnar for konkret vurdering under kvart punkt. Dette er ei fyrstegenerasjons mal, som vil oppdaterast etterkvart når det kjem erfaringar med bruk.

Mal for handelsanalyse

Namn på tiltak/
reguleringsplan:

Nøkkellopplysningar

Kommune:

Tiltakshavar:

Reguleringsplan Byggesak/rammeløyve

Type senter:

Regionsenter Kommunesenter Bydelssenter i Bergen Lokalsenter Nærsenter

Utanfor senter

Storleik på nytt bruksareal:

Storleik på samla bruksareal:

Varetypar

(sjå info om gruppering av varetypar i Vedlegg 3)

Daglegvarer

Utvalsvarer

Unntaksvarer

Lokalisering (kart)

1. PLANSTATUS

a) **Kommuneplanen - arealdel og samfunnsdel, evt. kommunedelplan** (*kart, føresegn, planomtale, vedtaksdato*):

b) **Reguleringsplan** (*kart, føresegn, planomtale, vedtaksdato*):

2. LOKALISERING I HØVE TIL REGIONAL OG KOMMUNAL SENTERSTRUKTUR

Kart over senterstrukturen i kommunen, definert i regional og kommunal plan, og tiltakets plassering i høve til denne (*sett inn kart*)

3. SENTER OG SENTRUMSUTSTREKNING

a) **Er sentrumsutstreking definert?** (*kryss av*) **Ja** **Nei**

Om nei, sjå retningslinjer i Senterplanen.

b) **Er tiltaket innafor sentrumsutstrekinga?** (*kryss av*) **Ja** **Nei**

c) **Kart** (*sett inn kart med målestokk, som viser tiltakets plassering i høve til sentrumsutstreking*)

4. DEKNINGSGRAD FOR HANDEL I KOMMUNEN**a) Omsetning i detaljhandelen i kommunen – dekningsgrad (fyll inn info)**

År	Omsetning pr. innb.	Dekningsgrad

b) Dekningsgrad for ulike varegrupper i kommunen (fyll inn info)

År	Daglegvarer	Utvallsvarer	Utvallsvarer/unntaksvarer	Unntaksvarer

c) Utfyllende kommentarer til dekningsgrad i kommunen**5. BRUKSAREAL TIL HANDEL I SENTERET****a) Reguleringsplan(ar) (fyll inn info)**

Namn på reguleringsplan	Kor mykje handelsareal (m ² BRA) opnar reguleringsplanen for	Kor mykje handelsareal (m ² BRA) er tatt i bruk	Kor mykje handelsareal (m ² BRA) er ledig?
SUM			

6. DIMENSJONERING OG LOKALISERING AV AREAL TIL DETALJHANDEL

- a) **Totalt handelsarealbehov i kommunen og fordeling av handelsareal i høve til senterstruktur** (utgangspunkt i gjennomsnitt 2 m² handelsareal per person i handelsomlandet – i dag og framskriving)

	Befolkning	Behov for handelsareal
2018:		= m ²
Framskriving 20 år (HFK middelprognose):		= m ²

Senter i kommunen (stryk dei som ikkje er relevante, eller legg til om det er fleire)	Senternamn	Fordeling av totalt handelsareal (%)	Behov for handelsareal i dag (2 m ² per person)	Behov for handelsareal – framskriving 20 år (HFK middelprognose) (2 m ² per person)
Fylkessenter		5		
Regionsenter				
Kommunesenter				
Bydelssenter i Bg				
Lokalsenter				
Nærsenter				
Netthandel		10		
SUM		100		

- b) **For regionsenterkommunar - legg også til handelsareal frå omlandskommunane** (med utgangspunkt i minimum 25 %, eventuell endring av prosent grunnjevast):

	Befolkning	Behov for handelsareal
2018:		= m ²
Framskriving 20 år (HFK middelprognose):		= m ²

	Befolkning	Behov for handelsareal
2018:		= m ²
Framskriving 20 år (HFK middelprognose):		= m ²

Kommune	% handelsareal til regionsenteret	Behov for handelsareal i dag (2 m ² per person)	Behov for handelsareal – framskriving 20 år (HFK middelprognose) (2 m ² per person)
SUM			

- c) **Utfyllande kommentar til fordeling av handelsareal (prosent) på dei ulike sentera i kommunen/kommunane**

d) Folketal i handelsomland for senteret

(fyll inn info om handelsomland for senteret, definert i Senterplanen og kommuneplanen)

Sentertype	Kva er omlandet?	Folketal i omlandet i dag	Framskriving av folketal i omland - 20 år (HFK middelsprognose)	Handelsarealbehov om 20 år
Fylkessenter				
Regionsenter				
Kommunesenter				
Bydelssenter i Bergen				
Lokalsenter				
Nærsenter				

e) Utfyllande kommentar til folketal i handelsomland

f) Vurdering av omsøkte tiltak/reguleringsplan i høve til behov for handel og senterstruktur (pkt. 6a og b) og folketal i handelsomland (pkt. 6d), samt tilgjengeleg handelsareal i senteret (pkt. 5) (fyll inn)

7. OPPSUMMERING, VURDERING OG TILRÅDING

a) Lokalisering

- I høve til vedtatt senterstruktur
- I høve til sentrumsutstrekning
- Andre tilhøve

b) Dimensjonering

- I høve til dekningsgrad i kommunen
- I høve til behov for handelsareal i senteret
- I høve til folketal i handelsomland
- I høve til dekningsgrad for ulike vareslag
- Andre tilhøve

c) Verknader

- Konkurransen for andre senter
 - Sentrumsutvikling
 - Transport
 - Andre tilhøve
-
-

Rettleiar til mal for handelsanalyse

1. Planstatus

Korleis vert handel omtala og kva for føringar ligg i gjeldande planar?

a) Overordna planar

Kommuneplanens arealdel og samfunnsdel, samt kommunedelplanar, kan innehalde målsettingar og retningslinjer om temaet handel. Kart og føresegner kan gi føringar. Gi også ei oversikt over kommunens vurdering av handelsbalansen, mål for handelsutvikling og lokaliseringspolitikk, dersom dette er del av kommuneplanen eller andre styringsdokument.

b) Gjeldande reguleringsplan

Beskriv kva for føringar som ligg i gjeldande reguleringsplan.

2. Lokalisering i høve til regional og kommunal senterstruktur

Sett inn kart over senterstrukturen i kommunen, definert i regional og kommunal plan, og tiltakets plassering i høve til denne

Med senterstruktur meinast eit hierarki av ulike senter slik det er definert i Senterplanen og eventuelt i kommuneplanen. Omgrepet senterstruktur omfattar både det einskilde senteret i relasjon til omlandet, og relasjonen mellom dei ulike sentera. Sentera i fylket er plassert i eit hierarki på bakgrunn av befolkningsstorleik og kva for servicenivå det einskilde senter skal kunne tilby. Omfanget av areal til handel skal vere tilpassa kvart senter sitt nivå i senterhierarkiet.

Senterstrukturen i Hordaland er hierarkisk, med følgjande nivå:

- Fylkessenter: Bergen
- Regionsenter
- Kommunesenter fastsett av kommunen
- Bydelssenter i Bergen fastsett av kommunen
- Lokalsenter kan fastsetjast i kommuneplan
- Nærsenter kan fastsetjast i kommuneplan

<i>Namn på regionsenter</i>	<i>Kommune med regionsenter</i>	<i>Andre omlandskommunar</i>
Knarvik	Lindås	Meland, Radøy, Modalen, Masfjorden, Austrheim, Fedje
Vossevangen	Voss	Granvin, Ulvik, Eidfjord
Straume	Fjell	Sund, Øygarden
Kleppestø	Askøy	-
Osøyro	Os	Fusa
Norheimsund	Kvam	Jondal
Odda sentrum	Odda	Ullensvang
Leirvik	Stord	Bømlo, Fitjar, Tysnes
Husnes	Kvinnherad	-
Indre Arna	Bergen	Osterøy, Vaksdal, Samnanger

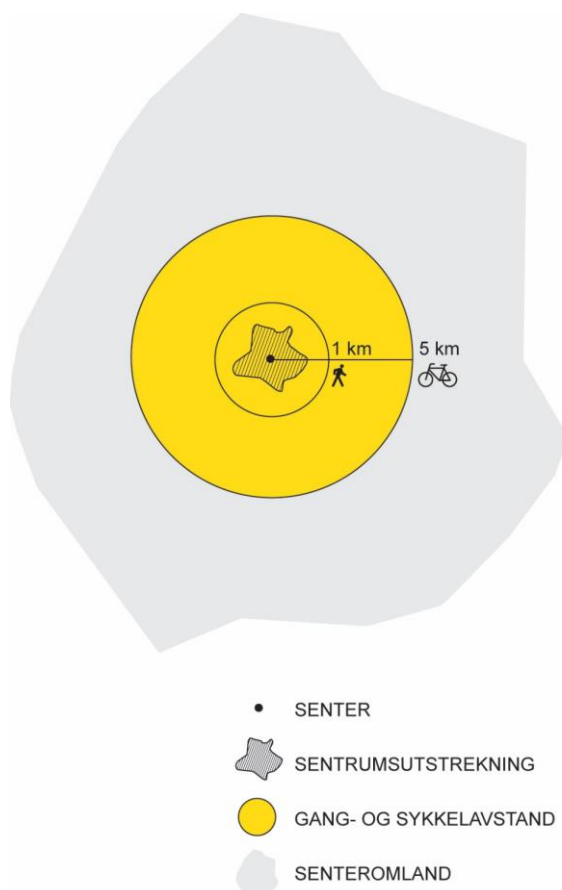
Utvikling av sentera i Hordaland i tråd med ein fastlagt senterstruktur skapar føreseielege rammar for både offentlege og private aktørar. Tydeleg satsing i utvalde senter vil gjere dei attraktive som lokaliseringsstad for tenester, handel og arbeidsplassar og kan setje i gong ein positiv etableringsspiral.

3. Senter og sentrumsutstrekning

Tettstad, senter og sentrum er tre ulike omgrep. Senter er ein tettstad som inneheld senterfunksjonar som handel og tenester. Ein liten tettstad kan vere eit viktig senter fordi den inneheld senterfunksjonar. Sentrumsområdet er det arealet senterfunksjonane er lokalisert innanfor.

Føresetnaden for at eit senter skal fungere optimalt er at flest mogeleg tilbod og funksjonar er lokalisert innanfor ein gangbar kjerne. Kva som er ein gangbar kjerne har med avstand og utstrekning å gjere. Senterplanen legg opp til at sentrumsutstrekning skal fastsetjast i kommuneplan eller i reguleringsplan for sentrum. Inntil kommunen har fastsett sentrumsutstrekning bør planlegging ta utgangspunkt i at sentrum følger retningsgivande utstrekning frå ytterkant til ytterkant sett i dei regionale retningslinene for arealbruk pkt. 2.3:

- Fylkessenter: inntil 1000m
- Regionsenter og bydelssenter i Bergen: inntil 800m
- Kommunesenter: inntil 600m
- Lokalsenter og nærsenter: tilbod bør i høg grad konsentrerast



4. Dekningsgrad for handel i kommunen

Analysen skal vise omsetning og dekningsgrad på kommunenivå dei siste fem åra. Analysen skal og vise dekningsgrad for ulike varegrupper for dei siste fem åra. Dei ulike varegruppene, i tråd med Senterplanen, er *Daglegvarer, Utvalsvarer, Utvalsvarer/unntaksvarer* og *Unntaksvarer*.

Tal kan hentast frå Statistikk i Vest <http://www.statistikk.igest.no/hf/> - «Data til handelsanalyse». Tala kan gjerne supplerast med informasjon som utdjupar tilhøve som påverkar handelsbalansen.

Omsetninga viser detaljvareomsetning i kroner per innbyggjar i ein kommune i forhold til omsetning per innbyggjar i heile Hordaland. Fylket får alltid null i handelsgevinst/ lekkasje (Tilsvarande får Bergen kommune og null i forhold til sine bydelar).

Dekningsgrad er eit prosenttal, som viser omsetning i ein kommune, i forhold til heile Hordaland. Fylket får alltid ein dekningsgrad på 100 (Bergen får og 100 i forhold til sine bydelar). Dekningsgrad er ein indikator på kor stor del av detaljvarehandelen innbyggjarane i ein kommune gjer innanfor kommunen sine grenser versus utanfor. Dette kan variere med ulike vareslag/varegrupper. I Hordaland er det stor skilnad i handelsdekning mellom kommunane. 10 kommunar har ei handelsdekning på under 50%, medan dei seks kommunane Bergen, Fjell, Jondal, Lindås, Stord og Voss har ei dekning på meir enn 100%. (SR-Bank 2013)

For å redusere transportomfanget bør det leggjast til rette for at innbyggjarane ikkje treng å dra langt for å nå handelstilbod. Samstundes er det naturleg at regionsenter og fylkessenter har ei overdekning av handel sidan dei tilbyr varer ein ikkje kan finne på alle mindre stader.

5. Bruksareal til handelsareal i senteret

Gi ei oversikt over regulert handelsareal, handelsareal som er tatt i bruk i senteret, og kor mykje som da er ledig. Dette kan omfatte fleire ulike reguleringsplanar. Spesielt eldre reguleringsplanar kan innehalde føremål som inkluderer handel, utan at det vert gitt føringar på storleik.

6. Dimensjonering og lokalisering av areal til detaljhandel

På grunnlag av handelsbalanse, handelsomland, ledig areal til handel og folketalsframskriving med fråtrekk for netthandel skal det visast kva som er behovet for nytt areal til detaljhandel innanfor eit tidsrom på 20 år, og korleis det skal fordelast i senterstrukturen. Det skal vidare gjerast ei vurdering av omsøkte tiltak/reguleringsplan i høve til behov for handel, folketal i handelsomland og tilgjengeleg handelsareal i senteret.

Dimensjonering

- **Det skal takast utgangspunkt i eit bruksareal for detaljhandel på 2 m² pr. busette i det definerte omlandet.** 2 m² handel per person byggjer på «Stavangermodellen». Stavanger sin modell for å berekne dimensjonering av handelstilbod er ei tilpassing og vidareutvikling av den såkalla «Oslomodellen». Både Oslo- og Stavangermodellen nyttar omsetning pr. m² butikkareal på 40 000 kr. Stavangermodellen tek utgangspunkt i kjøpekraft på ca. kr 77 000 per person i Stavangerområdet i 2014. Slik kjem dei fram til eit forenkla storleiksforhold mellom kjøpekraft og omsetning per m² ($77\,000/40\,000 = 1,9$), og ei tommelfingerregel om at kvar innbyggjar i regionen gjennomsnitt har kjøpekraft til å holde liv i ca. 2 m² butikkareal (*Senterstruktur og handelslokalisering i Stavanger – Fagrapport til kommuneplan 2014 – 2029*). I Hordaland har vi tal på omsetning per m² salsareal i kjøpesentera, snitt for Hordaland i 2014 var omlag 36 000 kr per m². Gjennomsnittleg omsetning per innbyggjar i fylket same år var omlag 78 500 kr. Dette gir oss 2,18 m² handelsareal per innbyggjar. Fagrapporten til Stavanger peiker også på at det er rimeleg å tru at krava til arealeffektivitet vil auke i handelsnæringa, særleg med tanke på sterk konkurranse frå netthandelen. Vidare visar rapporten til tal frå Tyskland og trendar internasjonalt om høgare arealeffektivitet (opp mot 1,5-1,6) enn 2 m².

- **Areal skal reknast som bruksareal (BRA).** Kva som skal reknast med i bruksareal for handel er definert i Utfyllande kommentar til Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesenter frå 1999 (Definisjon av bruksareal inngår ikkje i forskrift frå 2008): «Med bruksareal menes fellesareal og leietakers bruksareal som består av salgsflate, lagerlokale, spiserom/kantine og kontorareal».

Lokalisering – fordeling

- Behovet for nytt areal til detaljhandel skal fordelast i senterstruktur og bustadkonsentrasjonar i kommunen og fylkessenter Bergen, jamfør senterplanen. Dersom kommunen ikkje har definert ein senterstruktur i KPA skal fordelinga i tillegg til fylkessenter ta utgangspunkt i definert regionsenter, og eksisterande kommunesenter og bustadkonsentrasjonar/ tettstader (SSB sin definisjon).
- Utgangspunkt for fordeling av handelsareal:
 - Sentera skal vere attraktive for handel og planlegginga bør ta utgangspunkt i at minimum 25 % av handelen skal skje i regionsentera
 - Det bør planleggjast ut i frå at 5 % av handelen frå heile fylket skal skje i fylkessenteret
 - 35 % (SSB) av handelen er daglegvarer, det er ein regional målsetting at mest mogleg vert handla i gåavstand frå bustad
 - Det er ein auke i netthandel, fråtrekk på 10 % kan vere eit utgangspunkt (sjå meir under).

Unntaksvarer

Utsal der vareutvalet i hovudsak er bilar, båtar, landbruksmaskinar, trelast og større byggevarar, samt utsal frå hagesenter og større planteskular kan lokaliserast i sentrumsområde dersom dei ikkje er arealkrevjande og vert gitt ei urban utforming jamfør senterplanen. Dersom etableringa krev store areal, skal den i staden lokaliserast ved hovudveg og i nærleiken av kollektivstopp med høg frekvens.

Netthandel

Netthandelen er sterkt veksande, særleg knytt til nokre varegrupper og einskilde kjøpargrupper. Analysen skal gjere greie for korleis ein meiner endringar i forbrukartrendar knytt til auka netthandel vil påverke behovet for nytt areal til detaljhandel i kommunen, og gjere eit fråtrekk for netthandel. Fråtrekket skal vere minimum 10 % av den totale omsetnaden for utvalsvarar.

Folketal i handelsomland

Eit handelsomland er det geografiske området som eit senter betener. Omlandet skal tilpassast senteret sin plassering i senterhierarkiet i Senterplanen og eventuelt kommuneplan vedtatt etter denne. Det er befolkninga sitt behov for eit lokalt handelstilbod som skal leggjast til grunn for utstrekninga av handelsomlandet, ikkje eit tenkt marknadspotensiale.

Punktet skal vise kor mange som bur innafor det området kommunen har definert er omlandet til senteret handelsutbygginga skal lokaliserast i. Dersom kommunen ikkje har definert senter med omland skal forslag til utstrekning på handelsomland visast og drøftast.

Senter	Omland
Fylkessenter	Heile fylket
Regionsenter	Tilhøyrande kommunar definert i Senterplanen
Kommunesenter	Kommunen
Lokalsenter	Skal definerast i kommuneplan eller reguleringsplan for sentrum
Nærsenter	Skal definerast i kommuneplan eller reguleringsplan for sentrum

I praksis vil eit senter kunne ha fleire funksjonar; Bergen sentrum er både fylkessenter, kommunesenter og bydelscenter, og ein kan finne nærsenter for dei som bur i sentrum. Knarvik er både regionsenter for Nordhordland, eit kommunesenter og lokalsenter for dei som bur i senterområdet.

7. Oppsummering, vurdering og tilråding

Handelsanalysen skal til slutt innehalde ei oppsummering, vurdering og tilråding, der følgjande punkt inngår:

Lokalisering i høve til vedtatt senterstruktur og sentrumsutstrekning, og eventuelt andre tilhøve.

Dimensjonering i høve til dekningsgrad i kommunen, behov for handelsareal i senteret og dekningsgrad for ulike vareslag, og eventuelt andre tilhøve

Enkel drøfting av kva for verknader tiltaket/reguleringsplanen vil ha for andre senter og korleis planen eller tiltaket bidreg til å utvikle eit attraktivt og miljøvennleg sentrumsområde, inkludert transport, i tråd med mål og retningslinjer i Senterplanen

Regional føresegn og retningsliner

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 m² 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 m² samla bruksareal lokalisert i bustadkonsentrasjonar eller i nærsenter.
- Ny detaljhandel kor vareutvalet i hovudsak er bilar, båtar, landbruksmaskinar, trelast og større byggjeverar, samt utsal frå hagesenter og større planteskular.

Retningsliner for arealbruk

4.2 Handelsanalysen skal gjennomførast av planfremjar som ein del av ny reguleringsplan eller ved søknad om byggjeløyve/rammeløyve. Dersom kommunen har utarbeida overordna handelsanalyse som er tilstrekkeleg grunnlag for regional vurdering av det nye handelsarealet fell kravet vekk.

Handelsanalysen skal innehalde følgjande vurderingspunkt:

- Handelsbalansen i kommunen/området og vurdering av trong for auka handelsareal.
- Definerings av tiltakets handelsomland.
- Framskrivning av folketal i handelsomlandet i 20 år ut i frå SSB sin middelprognose. Framskrive folketal kan justerast i høve til bustadutbygging vedtatt i kommuneplan.
- Tiltakets bruksareal i høve til samla bruksareal for handel innanfor sentrumsområdet
- Totalt arealbehov for handel med utgangspunkt i gjennomsnitt 2 m² handelsareal pr. person i omlandet.
- Totalt arealbehov for handel fordelt på dei ulike senternivåa.
- Verknader av reguleringsplanen/tiltaket for eksisterande senter.
- Særlege tilhøve som effekten av gjestearbeidarar, studentar, turisme.

4.3 Behov for areal til handel skal vere tema i kommuneplanens arealdel.

4.4 Behov for areal til daglegvarehandel skal vurderast ved regulering av nye bustadområde.

4.5 For utforming av handelsbygg gjeld retningsliner i Kapittel 2 – Attraktive sentrum.

4.6 Fylkeskommunen skal ved handsaming av søknad samrå seg med kommunane og fylkesmannen før samtykke vert gitt. Dersom tiltaket er openbart i strid med nasjonale interesser skal samtykke normalt ikkje gjevast.

Ordliste

Omgrep	Definisjon / forklaring
Agenturhandel	Agenturhandel omfatter all godtgjørelse fra formidling av salg av handelsvarer ved å oppta ordrer i andre foretaks navn (provisjon av salg i andres navn, men ikke provisjon fra tipping o.l.). Utfaktureres handelsvarer i foretakets navn, regnes det ikke som agenturhandel, men som detalj- eller engroshandel. (SSB)
Bruksareal (BRA)	Bruksareal kan nyttast om: bruksareal for bygg på ei tomt, for ein bygning, for ein brukseining, for ei etasje, og for ope overbygd areal. I bruksareal for bygg på ei tomt inngår bygningar, ope overbygd areal og parkeringsareal. Bruksareal for ein bygning er summen av bruksarealet for alle måleverdige plan og etasjar. Bruksareal for eit plan eller ei etasje er det arealet av planet som ligg innanfor ytterveggane. (<i>T-1459 Grad av utnytting</i>)
Bruksareal handel	Etter <i>Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre</i> omfattar bruksareal for handel fellesareal og leigetakars bruksareal som består av salsflate, lagerlokale, spiserom/kantine og kontorareal.
Daglegvarer	Detaljvarer med hovudvekt på mat / nærings- og nyttingsmidlar.
Detaljhandel (SSB)	Vidaresal (sal utan omdanning) hovudsakelig til offentlegheita av nye og brukte varer til personleg bruk eller til hushaldsbruk, via forretningar, stor- og småmagasin, torghandel, postordreforretningar, dørsal, gatesal mv.
Detaljhandel (HFK)	Vidaresal (sal utan omdanning) hovudsakelig til offentlegheita av nye og brukte varer til personleg bruk eller til hushaldsbruk, frå fast utsalsstad.
Engroshandel	Med engroshandel menes salg av handelsvarer inkl. salg vha. kommisjonær til videreførhandlere og til gårdsbruk, industriforetak, bygge- og anleggsforetak og til andre foretak som benytter varene i sin næringsvirksomhet. (SSB)
Fylkessenter	Hovudsenter for heile fylket. I Hordaland er Bergen fylkessenter.
Handelsbalanse / 100% dekningsgrad	Dekningsgrad på 100% (handelsbalanse) vil seie at detaljhandelen si omsetjing i eit område svarar til befolkninga som er busett i området sitt kjøp av varer frå detaljhandelen.
Handelslekkasje	Dekningsgrad på under 100% tyder handelslekkasje – at befolkninga som er busett i området dreg ut av omlandet for å handle.
Handelsomland	Geografisk område som soknar til ei handelsetablering/eit senter – befolkninga i dette området er grunnlaget for dimensjonering av bruksareal for handel.
Handelsoverskot	Dekningsgrad på over 100% tyder handelsoverskot – at området trekk til seg kjøpekraft frå andre område.
Kjøpesenter	Detaljhandel i bygningsmessige einingar og bygningskompleks som blir etablert, drive eller verkar som ei eining, samt utsal som krev kunde- og medlemskort for å få tilgang. Dagligvareforretningar er å oppfatte som kjøpesenter i denne samanheng. Det same er varehus som omset ei eller fleire varegrupper. Som kjøpesenter reknast også handelsverksemd lokalisert i fleire einingar innanfor eit område som til dømes ein handelspark. (<i>Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre</i>)
Kommunesenter	Hovudsenter i kvar kommune. Fastsetjast av kommunen.
Lokalsenter	Lokalt senter for handel, tenester mv. dimensjonert for eit større lokalområde i ein kommune. Kan fastsetjast av kommunen ved behov.

Nærsenter	Mindre senter med opptil 1.500 m ² samla bruksareal for detaljhandel. Eit nærsenter vil typisk innehalde daglegvarebutikk, private og offentlege helse/velvere tenester mv. dimensjonert for nærmiljøet. Kan fastsetjast av kommunen ved behov.
Omland	Geografisk område som soknar til eit senter.
Regional føresegn for handel	Juridisk bindande føresegn for handelslokalisering og dimensjonering i eit fylke. Erstattar Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre.
Senter	Geografisk stad med funksjonar som offentlege og private tenester, handel etc. som fungerer som eit knutepunkt i høve til eit omland. Senter fastsetjast i regional eller kommunal plan.
Senterhierarki	Sentera i fylket er plassert i eit hierarki (ulike senternivå) på bakgrunn av befolkningsstorleik og kva for servicenivå det einskilde senter skal kunne tilby.
Senternivå	Fylkessenter, regionsenter, kommunesenter, bydelssenter, lokalsenter eller nærsenter.
Senterstruktur	Strukturen av senter i heile fylket. Omgrepet senterstruktur omfattar både det einskilde senteret i relasjon til omlandet, og relasjonen mellom dei ulike sentera.
Sentrum	Den mest sentrale delen av senteret. Sentrum er eit konsentrert og avgrensa område med ein gangbar kjerne.
Unntaksvarer	Varer der det gjeld unntak for etablering i senter etter regional føresegn.
Utvalsvarer	Detaljvarer som vert seld frå fast utsalsstad, minus daglegvarer og unntaksvarer.

Statistikk om detaljhandel

Definisjon av detaljhandel

SSB definerer detaljhandel som vidaresal (utan omdanning) hovudsakleg til offentlegheita av nye og brukte varer til personleg bruk eller til hushaldsbruk, via forretningar, stormagasiner, torghandel, postordreforretningar, dørsal, gatesal mv. (<https://www.ssb.no/varehandel-og-tjenesteyting/statistikker/vov/hvert-2-aar/2015-07-02?fane=om>) Senterplanen omfattar lokalisering og dimensjonering av handel frå fast utsalsstad. Statistikk og handelssaker vert difor handsama ut i frå følgjande definisjon:

Detaljhandel omfattar vidaresal (sal utan omdanning) hovudsakleg til offentlegheita, av nye og brukte varer til personlig bruk eller til hushaldsbruk, frå fast utsalsstad.

Norsk Standard sin næringsgruppeinndeling som grunnlag for statistikk

Norsk Standard gir regler og retningslinjer for næringsklassifisering og eintydige definisjonar av statistiske einingar. Næringsklassifiseringa blir på den måten einsarta, noko som er naudsynt for å samanlikne og analysere statistikk for avgrensa næringer over tid, og på tvers av kjelder og type undersøkingar. Grunnlaget for statistikk knytt til detaljhandel er gitt i Norsk standard for næringsgruppering (SN2007), som bygger på EU sin standard (NACE Rev.2). Her er det næringshovudområde G, gruppe 45 og 47, som er aktuell for statistikk om detaljhandel i handelsanalyse. Oversikt over standard for næringsgruppering: <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/nace>

statistikk.invest.no

Hordaland fylkeskommune si statistikkteneste skal gjere det enkelt å finne fram til og å hente inn data til handelsanalysar. På desse sidene kan du finne oppdatert statistikk om detaljhandel i fylket, i interaktive tabellar som lett kan skrivast ut eller kopierast over i andre program. Tabellane kan òg lett gjerast om til diagram. Det kan hentast ut data om detaljhandel for heile fylket, bu- og arbeidsmarkedsregionar, på kommunenivå og bydelsnivå i Bergen.

Statistikken er eit tilbod frå Hordaland fylkeskommune som søkar kan bruke til å dokumentere og understøtte sin søknad, men bruk og tolking av statistikk materialet står for søkars rekning.

Detaljhandelstatistikk i Hordaland er å finne her: <http://www.statistikk.invest.no/hf/> - «Data til handelsanalyse.» Statistikken inneheld næringshovudområde G: Varehandel, reparasjon av motorvogner, gruppe 45 og 47, med sal frå faste utsalsstader. Frå 45 inngår detaljhandel med motorvogner, motorsyklar og andre motorvogner. Nesten heile gruppe 47 inngår, med unntak av bensinstasjonar, postordresal, torghandel og internetthandel. Engros- og agenturhandel vert ikkje omfatta av statistikken. Når det gjeld spesielt gruppa for unntaksvarer vil det vere noko sal til privatpersonar som er registrert under engroshandel. Eit eksempel er trelasthandlar som sel til private, men der storparten av omsetninga er til bedrifter. Andre kjelder til usikkerheit er hovudkontor-problematikk, der omsetning er registrert på eit hovudkontor ein annan plass, og der omsetning ikkje er knytt til rett lokasjon av andre grunnar.

statistikk.invest.no har følgjande underinndeling av detaljvarehandel:

- Daglegvarer
- Utvalsvarer
- Utvalsvarer/unntaksvarer
- Unntaksvarer - varer som kjem inn under unntaksføresegn i regional plan

Av anonymitetsomsyn der det er færre enn tre føretak vil detaljert inndeling ikkje vere tilgjengeleg for alle kommunar og BA-regionar. På statistikk.invest.no presenterast data på lågast mogleg aggregeringsnivå.

Inndelinga i varegrupper er gjort for å kunne stille saman statistikk, men kan ikkje nyttast direkte til å slå fast for eksempel om ei verksemd i hovudsak sel utvalsvarer eller unntaksvarer.

Dersom ein ønsker å produsere eigen statistikk i handelsanalysen, skal inndelinga av varegrupper i statistikk.ivist.no nyttast. Inndelinga er nærare definert slik, jamfør SN2007:

Inndeling av varegrupper i statistikk.ivist.no

DAGLEGVARER

DAGLEGVAREFORRETNINGAR

47.111 Butikkhandel med breitt vareutval med hovudvekt på nærings- og nytingsmiddel

UTVALSVARER

SPESIALFORRETNINGAR FOR NÆRINGS- OG NYTINGSMIDDEL

47.112 Kioskhandel med breitt vareutval med hovudvekt på nærings- og nytingsmiddel

47.21 Butikkhandel med frukt og grønnsaker

47.22 Butikkhandel med kjøtt og kjøttvarer

47.23 Butikkhandel med fisk, skaldyr og blautdyr

47.241 Butikkhandel med bakerivarer, konditorvarer

47.242 Butikkhandel med sukkervarer

47.251 Butikkhandel med vin og brennevin

47.259 Butikkhandel med drikkevarer elles

47.26 Butikkhandel med tobakksvarer

47.292 Butikkhandel med kaffi og te

47.299 Butikkhandel med nærings- og nytingsmiddel ikkje nemnt annan stad

TEKSTILAR, KLER, SKO, REISEEFFEKTAR, SPORTSUTSTYR

47.51 Butikkhandel med tekstilar og utstyrsvarer

47.641 Butikkhandel med sportsutstyr

47.71 Butikkhandel med klede

47.721 Butikkhandel med skotøy

47.722 Butikkhandel med reiseeffektar av lær og lærimitasjonar og varer av lær

MØBLAR, BELYSNING, KJØKKENUTSTYR OG INNREIINGSARTIKLAR

47.531 Butikkhandel med tapet og golvbelegg

47.532 Butikkhandel med teppe

47.533 Butikkhandel med gardiner

47.591 Butikkhandel med møblar

47.592 Butikkhandel med lysutstyr

47.593 Butikkhandel med kjøkkenutstyr, glas og steintøy

ELEKTRISKE HUSHALDSSAPPARAT, IKT, RADIO, TV, MUSIKKINSTRUMENT

47.41 Butikkhandel med datamaskiner og utstyr til datamaskiner

47.42 Butikkhandel med telekommunikasjonsutstyr

47.43 Butikkhandel med audio- og videoutstyr

47.54 Butikkhandel med elektriske hushaldsapparat

47.594 Butikkhandel med musikkinstrument og noter

BØKER, PAPIR, AVISER, BLADER, CD/DVD, SPILL OG LEIKER

47.61 Butikkhandel med bøker

47.62 Butikkhandel med aviser og papirvarer

47.63 Butikkhandel med innspelingar av musikk og video

47.65 Butikkhandel med spel og leiker

APOTEK, MEDISIN, HELSEKOST OG KOSMETIKK

47.291 Butikkhandel med helsekost

47.73 Butikkhandel med apotekvarer

47.74 Butikkhandel med medisinske og ortopediske artiklar

47.75 Butikkhandel med kosmetikk og toalettartiklar

JERNVARE OG FARGEHANDEL

47.522 Butikkhandel med jernvarer

47.523 Butikkhandel med fargevarer

ANDRE SPESIALFORRETNINGAR (MELLOM ANNA KJÆLEDYR, KLOKKER, GULLSMED)

47.19 Butikkhandel med breitt vareutval elles

47.762 Butikkhandel med kjæledyr og fôrvarer til kjæledyr

47.771 Butikkhandel med ur og klokker

47.772 Butikkhandel med gull- og sølvvarer

47.781 Butikkhandel med fotoutstyr

47.782 Butikkhandel med optiske artiklar

47.789 Butikkhandel ikke nemnt annan stad

47.791 Butikkhandel med antikviteter

47.792 Butikkhandel med brukte klede

47.799 Butikkhandel med brukte varer elles

UTVALSVARER/ UNNTAKSVARER

45.32 Detaljhandel med delar og utstyr til motorvogner med unntak av motorsyklar

45.402 Detaljhandel med motorsyklar, delar og utstyr

47.521 Butikkhandel med breitt utval av jernvarer, fargevarer og andre byggjeverer

47.599 Butikkhandel med innreiingsartiklar ikkje nemnt annan stad

47.761 Butikkhandel med blomstrar og planter

UNNTAKSVARER**BILER, MOTORSYKLER OG BÅTAR**

45.112 Detaljhandel med bilar og lette motorvogner med unntak av motorsyklar

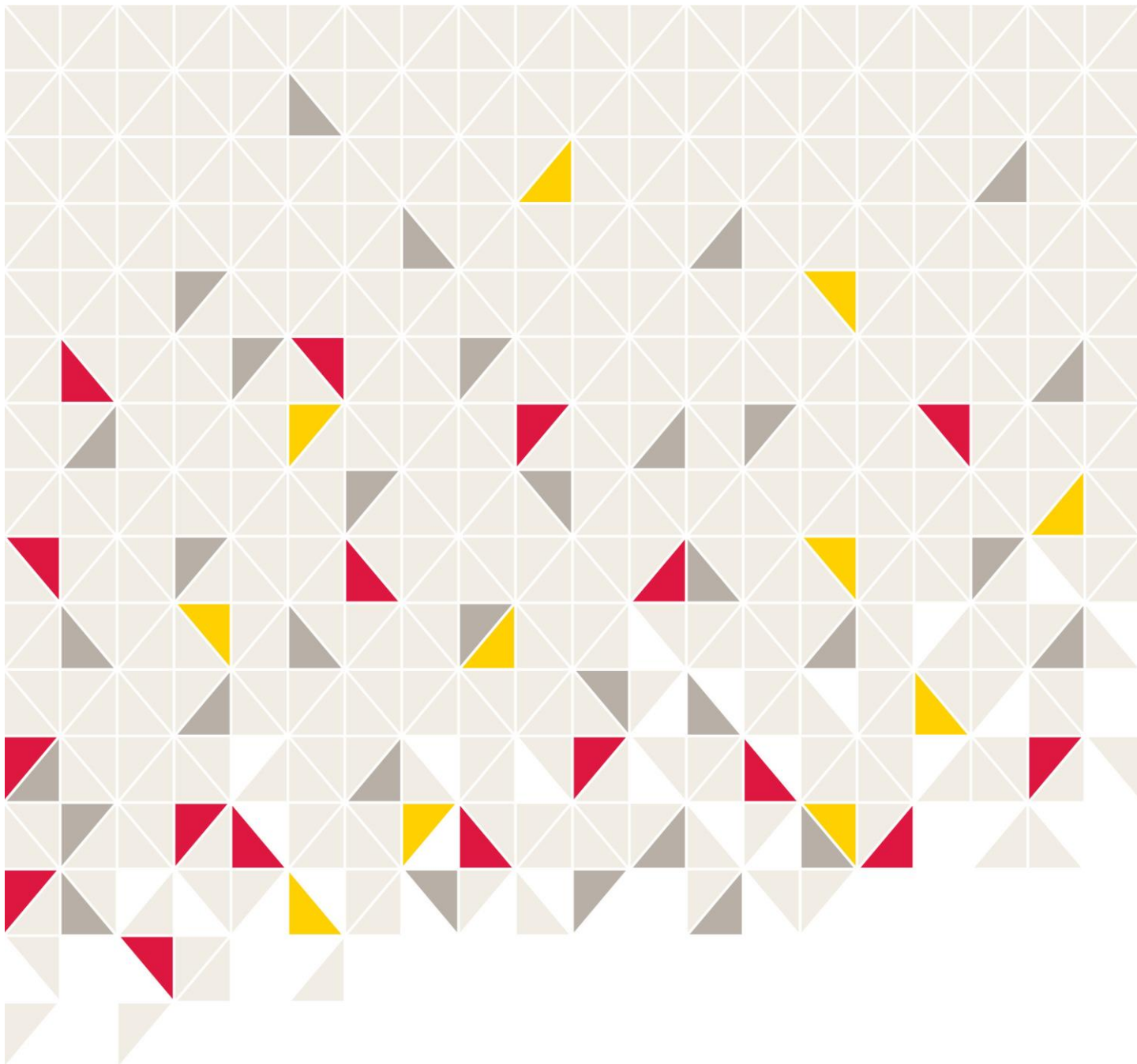
45.192 Detaljhandel med andre motorvogner med unntak av motorsyklar

47.642 Butikkhandel med fritidsbåtar og utstyr

TRELAST OG STØRRE BYGGJEVARER

47.524 Butikkhandel med trelast

47.529 Butikkhandel med byggjeverer ikkje nemnt annan stad



**HORDALAND
FYLKESKOMMUNE**

Agnes Mowinckels gate 5
Postboks 7900
5020 Bergen
Telefon: 55 23 90 00
E-post: hfk@hfk.no
www.hordaland.no

Hordaland fylkeskommune har ansvar for å utvikle hordalandssamfunnet. Vi gir vidaregåande opplæring, tannhelsetenester og kollektivtransport til innbyggjarane i fylket. Vi har ansvar for vegsamband og legg til rette for verdiskaping, næringsutvikling, fritidsopplevingar og kultur. Som del av eit nasjonalt og globalt samfunn har vi ansvar for å ta vare på fortida, notida og framtida i Hordaland. Fylkestinget er øvste politiske organ i fylkeskommunen.

