

# INSIGHTONE

InsightOne Nordic AS



---

## Konsekvensanalyse for Sandefjord Kommune

---

## Innhold

1. Oppsummering .....	3
2. Bakgrunn .....	4
3. Metode og forutsetninger .....	4
Modellen – oppbygging .....	4
Forutsetninger .....	4
Beskrivelse av Varegruppeinndeling .....	5
4. Handelsutviklingen.....	6
Generell Handelsutvikling i Norge, Vestfold og Sandefjord .....	6
Utviklingen for Vestfold Fylke og Sandefjord Kommune .....	7
5. Modelling .....	11
6. Resultater.....	12
Scenario Nå.....	13
Scenario 1 – 7 500m <sup>2</sup> på Hegna og 7 500m <sup>2</sup> på Pindsle .....	13
Scenario 2 – 15 000 m <sup>2</sup> på Hegna .....	13
Scenario 3 – 0 på Hegna og 15 000 på Pindsle. ....	13
Generelle betraktninger .....	14
Kilder.....	15

## 1. Oppsummering

Analysen som ble utført i 2012 med basis i 2011 tall, viste at de ulike utbyggingsalternativene ville ha gitt ulike negative resultater for handelsutviklingen i Sandefjord sentrum. Størst effekt ville scenario 5 ha med 9000m<sup>2</sup> på Hegna, 3000 m<sup>2</sup> på Pindsle og 4000 m<sup>2</sup> på Fokserød hvor modellen predikerte opptil 125 mill. kr i nedgang eller ca 12%.

Det er siden 2012 blitt utviklet nytt handelstilbud både på Pindsle og Hegna. Dette er forsøkt aggregert inn i tallmaterialet for den nye modellen. Usikkerhet rundt om hvor mye denne utvikling allerede har påvirket handelen i sentrum må tas inn i betraktning når en skal trekke konklusjoner av tallmaterialet..

Handelsutviklingen i kommunen har vært som fylket for øvrig, men veksten har vært lavere enn Tønsberg kommune. Tønsberg har det sterkeste handelstilbudet og trekker mye av handelen fra Andebu og Stokke (sammenslått med Sandefjord i 2017).

Utviklingen i netthandelsselskapet Komplette gjør at handelen i området med netthandel er svært stor. Komplette hadde i 2017 ca 2,7 milliarder kr i omsetning noe som utgjør 32% av den totale handelen i kommunen. Omsetning uten netthandel er ca 4,8 milliarder kr. (3,8 milliarder kr uten Stokke og Andebu)

Det anslås at sentrum har ca 1,1 til 1,5 milliarder kr av denne omsetningen.

Følgende scenarier er drøftet:

1. 7500 på Hegna og 7500 på Pindsle
2. 15000 på Hegna og 0 på Pindsle
3. 0 på Hegna og 15000 på Pindsle

Resultatene tilsier at scenario 2 vil gi størst påvirkning på handelen i sentrum. En beregnet nedgang som tilsier en reduksjon i handelen på ca 11,5 %, som i utgjør ca 122 – 158 mill kr.

Scenario 1 vil sannsynligvis ikke medføre store endringer også fordi det allerede er etablert ulike nye handelstilbud på stedet.

Scenario 3 medfører en omsetningsreduksjon på ca 10,8 % for sentrum som utgjør ca 116 – 150 mill kr.

Resultatene fra analysen i dag og den som ble fortatt i 2012 er ganske samstemte og gir som resultat at handelen i sentrum reduseres med 10 til 12% ved de ulike alternativene.

Det generelle bildet er at det er det er for mye handelsflate i kommunen som også er tilfelle for mange områder i Norge. Eksempelvis er omsetningen per m<sup>2</sup> på Hvaltorget ca 24 000 kr og fallende sammenlignet med Storo i Oslo som har ca 84 000 kr per m<sup>2</sup>.

Trafikale hensyn og utbygging av nye boligfelt etc vil kunne påvirke den lokale etterspørselen, men det store bildet for kommunen som helhet vil nok følge befolkningsutviklingen og utviklingen i netthandelen (uavhengig av Komplette). En utvikling som etter all sannsynlighet vil medvirke til et redusert behov for ytterligere handelsarealer.

## 2. Bakgrunn

InsightOne Nordic har fått i oppdrag av Sandefjord kommune å gjennomføre en handelsanalyse, og for å se på konsekvensene av følgende utbyggings-scenarier:

1. 7500 på Hegna og 7500 på Pindsle
2. 15000 på Hegna og 0 på Pindsle
3. 0 på Hegna og 15000 på Pindsle

Utgangspunktet for denne analysen er rapporten fra 2012 der det ble gjennomført en analyse basert på Gravitasjonsmodellen av David Huff. Det er foretatt en forenklet analyse med basis i scenario 5 fra 2012, og med oppdatering og aggregering av tall.

## 3. Metode og forutsetninger

Analysen består i hovedsak av to deler.

Del 1 er en beskrivelse av utviklingen i detaljvareomsetning 2011-2017 der 2011 er baseåret.

Del 2 er en modell bygd opp etter prinsippene om gravitasjonsmodellen, og har til hensikt å kartlegge markedsområder og beregning av kundetilstrømning.

Metoden:

- Definerer markedsområdet: Den geografiske dekingen til kjede/kjøpesenter/handelsområde
- Beskrivelse av befolkning i markedsområdet: Demografi (Mosaic), kjøpekraft (potensial), preferanser (markedsføring)
- Strategi: Konsept, produktmiks, nedlegging/etablering, markedsføring

Modellen – oppbygging.

Modellen er bygget opp av handelsområder, der handelsområder er en samling av butikker med mindre enn 100 meters avstand, og som til sammen utgjør et komplett handelstilbud. Således skal handelsområdene sørge for et at man for oppfylt det meste av hva som anses som normalt forbruk. Modellen er også bygget slik at handelsområder med et bredere tilbud har mer tiltrekningskraft enn et med mindre utvalg. Områdets attraktivitet vil som sådan kombineres med tiden det tar å komme til et handelsområde, og dette vil være styrende for handelsstrømmene.

De ulike informasjonselementene som benyttes i modellen er infrastruktur, konkurransesituasjon, beregnede kjøretider, befolkningsdata fra SSB samt tall for detaljhandel fra SSB. Handelsområdene er definert ut i fra Andhøy registeret (senter og butikkregister) og bedriftsregisteret til IPER AS.

Forutsetninger

Modellen har tatt med i betraktning at det har vært en befolkningsøkning i området siden 2011 tall, men det er ikke tatt i betraktning økning i befolkning fremover. Modellen tar heller ikke hensyn til endringer i kjøpekraft, og handel forårsaket av turisme, pendling og hytter er ikke hensyntatt. Det er også slik at størrelsen på de ulike prosjektene kan være noe usikre, og før og etter situasjonen antar at endringene i de ulike handelsområdene finner sted i samme

tidsrom. Videre er det forutsatt at de ulike informasjonskildene er korrekte, og analysen gjenspeiler kvaliteten på dataene vi har tilgang til.

Vi vil også påpeke at det er mange forhold som påvirker detaljhandel i ulik retning. Endringer i infrastruktur kan ha stor påvirkning, og det kan også forekomme bransjegliding knyttet til endringer i trender, endringer i restriksjoner som igjen endrer varmeinnhold, som igjen tilpasses de handlenes etterspørsel. Prisetutvikling og kjøpekraft har stor konsekvens for handelsutvikling, og endringer i boplasser og arbeidsplasser vil kunne representere glidning handel fra et område til et annet. <sup>1</sup>

Definisjon av markedsområde:

- P = primærområde (50% av kundetilstrømmningen)
- S = Sekundærområdet (51-57 % av kundetilstrømmningen)
- T = Tertiærområde (76-90% av kundetilstrømmningen)

## Beskrivelse av Varegruppeinndeling

Varehandelen, definert i NACE-koders består av tre hovedgrupper

- Detaljhandel unntatt motorvogner (NACE 47)
- Agentur og Engros unntatt motorvogner (NACE 46)
- Handel med og reparasjon av motorvogner (NACE 45)

Denne analysen tar utgangspunkt i detaljhandelen, som igjen er delt inn i dagligvarer, utsalgsvare, møbler, innredning og hvitevarer og byggevarer<sup>2</sup>. En grunn til denne inndelingen er at de genererer forskjellig atferd, og må derfor holdes separat for analysemessige årsaker.

**Dagligvare:** Dette er handel knyttet til kjøp av i hovedsak matvarer og nytelsesmidler med unntak av vin og brennevin.

**Utsalgsvare:** Dette er handel knyttet til det meste av klær, sko, bøker, interiør, data, teknologi, optiske artikler osv. Dette er den varegruppen som best representerer det man anser som sentrum og kjøpe-senterhandel.

**Møbler, innredning og hvitevarer:** Handel her er knyttet til møbler, elektroniske artikler til hjemmet, kjøkkenutstyr, tapeter, gulvtepper, belysningsutstyr osv.

**Byggevarer:** Dette er all handel knyttet til jernvare, fargevarer, trelast,

---

<sup>1</sup> Kommenterer at tallene fra SSB ikke alltid er konsistente på NACE-kodenivå. Nye tall på grunnkrets nivå har vi ikke fått fra SSB grunnet manglende kapasitet fra deres side. Det er derfor gjort en aggregering av tallene fra 2011. Utgangspunktet for aggregeringen er vektning av NACE-kodene med tall fra 2017.

<sup>2</sup> Handel er her definert etter følgende NACE-Koder:

Dagligvarer:	NACE 47.11 +47.2 (eksl 47.251)
Utsalgsvare:	NACE 47.251 + 47.4 + 47.51 + 47.6 + 47.7
Møbler, innredning og hvitevarer:	NACE 47.53 + 47.54 + 47.59
Byggvarer	NACE 47.52
Netthandel	NACE 47.91

## 4. Handelsutviklingen

Generell Handelsutvikling i Norge, Vestfold og Sandefjord

Siden 2011 har det vært en positiv utvikling i detaljhandelen i Norge som helhet.

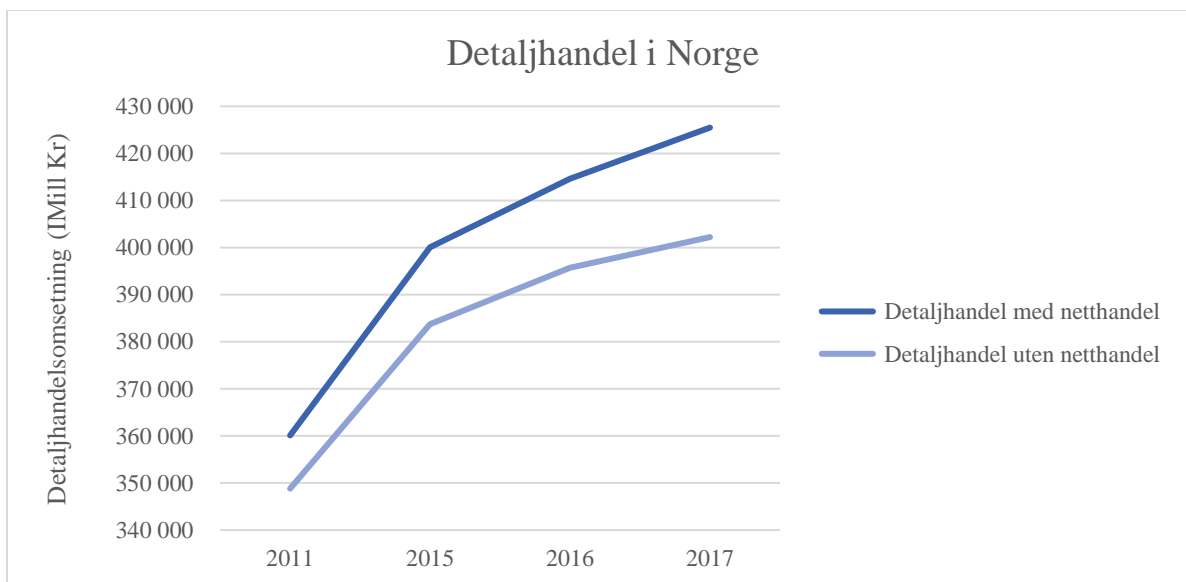
Detaljhandel, ekskludert netthandel har steget med 15,31% i perioden, mens detaljhandel, netthandel inkludert har økt med 18,15%. Relativt sett har derfor netthandel økt mer i perioden.

Detaljhandelsomsetning For Norge i Millioner kr				
	2011	2015	2016	2017
Detaljhandel med netthandel	360 107	400 054	414 608	425 490
Detaljhandel uten netthandel	348 803	383 740	395 691	402 224

Tabell 1. Kilde: SSB, 2018

Analysen vi tar utgangspunkt i utvikling i handel, og effekten av utbygging av handelsområder. Fokus er Sandefjord Kommune, og det vil kun vektlegges handel. Effekter knyttet til trafikk, bomiljø og bymiljø tas ikke hensyn til i analysen. Figuren under viser utviklingen i handelen siden 2011

Figur 1



Kilde: Team analyse og SSB, 2018

## Utviklingen for Vestfold Fylke og Sandefjord Kommune

		2011				2015			
		Innbyggere	Detaljhandel	Pr Innbygger	Indeks	Innbyggere	Detaljhandel	Pr Innbygger	Indeks
		Personer	Mill Kr	Kr pr innb	**	Personer	Mill Kr	Kr pr innb	**
Hele Landet		4 920 305	360 107	73 188	100	5 165 802	400 054	77 443	100
	=	4 920 305	348 803	70 819	100	5 165 802	383 740	74 285	100
Vestfold		233 705	17 470	74 751	102	242 662	20 145	83 017	107
	=	233 705	15 328	65 586	93	242 662	17 021	70 143	94
Horten		26 036	1 398	59 068	81	26 903	1 642	61 034	79
Tønsberg		39 758	4 006	100 761	138	41 920	4 491	107 133	138
Larvik		42 648	2 933	68 796	94	43 506	3 079	70 772	91
Sandefjord		43 648	5 266	120 657	165	45 281	6 587	145 469	188
	=	43 648	3 290	75 384	106	45 281	3 696	81 624	110

		2016				2017			
		Innbyggere	Detaljhandel	Pr Innbygger	Indeks	Innbyggere	Detaljhandel	Pr Innbygger	Indeks
		Personer	Mill Kr	Kr pr innb	**	Personer	Mill Kr	Kr pr innb	**
Hele Landet		5 213 985	414 608	79 518	100	5 258 314	425 490	80 918	100
	=	5 213 985	395 691	75 890	100	5 258 314	402 224	76 493	100
Vestfold		244 967	21 398	87 351	109	247 018	22 222	89 961	111
	=	244 967	17 789	72 618	96	247 018	18 138	73 428	96
Horten		27 178	1 834	67 481	85	27 202	1 855	68 194	84
Tønsberg		42 276	4 666	110 370	139	44 922	4 959	110 391	136
Larvik		43 867	3 273	74 612	93	44 082	3 270	74 180	92
Sandefjord		45 820	7 064	154 168	193	62 019	8 441	136 103	168
	=	45 820	3 807	83 086	104	62 019	4 831	77 895	102

**Tabell 2: Viser endringer i detaljhandel: Kilde: SSB 2018**

Øverste linje på Sandefjord er inklusive netthandel.

I perioden 2011-2017, har Vestfold fylke økt handelen med 18% ekskludert netthandel, og 27 % inkludert netthandel. Dette representerer en større økning i handelen enn gjennomsnittet for Norge (15,5%). Det viser at det er generelt høy kjøpekraft i fylket. Det er naturlig nok lokale variasjoner. Tabellen viser også at netthandelen har økt betraktelig mer i Vestfold enn landsgjennomsnittet<sup>3</sup>. Tabellen viser også at Tønsberg trekker til seg mye handel fra områdene rundt og spesielt fra de to nye kommunene som er slått sammen med Sandefjord.

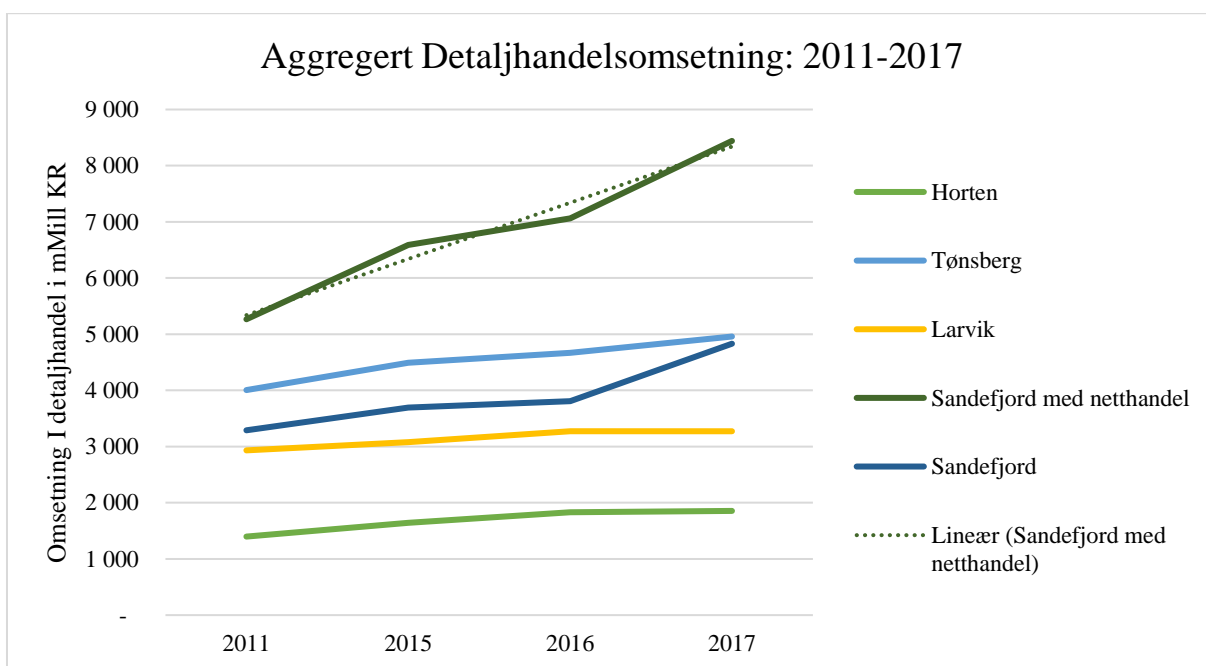
Netthandelsselskapet Komplette hadde per 2017 ca 2,7 milliarder kr i omsetning en økning på ca 42% siden 2011 (1,9 milliarder kr). Komplette står for ca 75% av netthandelen totalt sett.

<sup>3</sup> Tallene kommer fra SSB, og det er for enkelte NACE-koder prikket informasjon. Det vil si at det er konfidensialitet, og tallene er derfor beregnet med opp-aggregering av tidligere tall.

Utvikling i detaljhandelsomsetning: 2011-2017 i millioner kr				
År	2011	2015	2016	2017
Horten	1 398	1 642	1 834	1 855
Tønsberg	4 006	4 491	4 666	4 959
Larvik	2 933	3 079	3 273	3 270
Sandefjord med netthandel	5 266	6 587	7 064	8 441
Sandefjord	3 290	3 696	3 807	4 831

Tabell 3. Kilde: SSB, 2018

Sandefjord kommune har i perioden 2011-2017 opplevd en økning på 46,84 % i detaljhandelsomsetningen ekskludert netthandel og en økning på 60,29% inkludert netthandel. Dette er betraktelig mer enn landsgjennomsnittet. Vel og merke skyldes dette at i 2017 så slo Sandefjord Kommune seg sammen med Andebu og Stokke Kommune. Dette ga en økning i befolkningen på ca 16 000 personer. Omsetningen i Sandefjord fratrukket Andebu og Stokke utgjør **3,8 milliarder** (uten netthandel) og representerer en økning på 18,18 %<sup>4</sup> nesten likt med økningen i fylket for øvrig. Larvik har på den annen side opplevd en relativt svakere vekst, med en økning på 11,49%.



Figur 2. Kilde: Team analyse og SSB, 2018

Sandefjords tall er påvirket av kommunesammenslåingen som utgjør netto ca 1 milliard kr.

<sup>4</sup> Omsetning for Sandefjord fratrukket Andebu og Stokke er oppgitt uten netthandel da netthandel ikke er tilgjengelig for disse kommunene hos SSB.

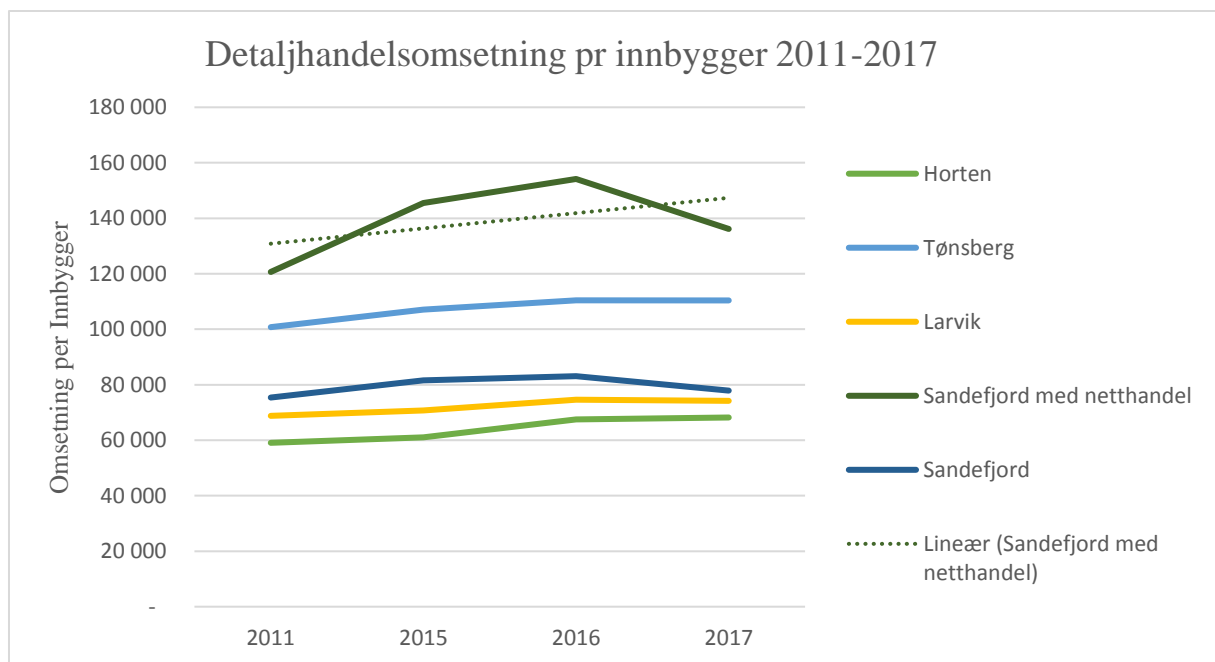


Detaljhandelsomsetning per Innbygger 2011-2017 I millioner kr				
År	2011	2015	2016	2017
Horten	59 068	61 034	67 481	68 194
Tønsberg	100 761	107 133	110 370	110 391
Larvik	68 796	70 772	74 612	74 180
Sandefjord med netthandel	120 657	145 469	154 168	136 103
Sandefjord	75 384	81 624	83 086	77 895

Tabell 4, SSB 2018.

Handelen per innbygger har økt. Horten har opplevd størst økning med 15,45% i perioden, mens Sandefjord har hatt en økning kun på 3,3% i samme periode (eksklusiv netthandel).

Nedgangen i omsetning per innbygger fra 2016 til 2017 påvirkes kraftig av økningen i befolkningen pga av kommunesammenslåingen. Ser en bort fra dette har veksten i Sandefjord vært noenlunde på nivå med Tønsberg.



Figur 3: Kilde: Team analyse og SSB, 2018

## Handelsområder og butikkhandel i millioner kr

	Næring	2011	2015	2016	2017
<b>Sandefjord Totalt</b>	Dagligvarer	1519	1891	1935	2475
	Utsalgsvareer	1228	1041	1098	1285
	Møbler, innredning, hvitevarer	283	287	357	445
	Byggvarer	257	417	416	625
	<b>Butikkhandel Totalt</b>	<b>3288</b>	<b>3636</b>	<b>3807</b>	<b>4831</b>
<b>Sandefjord Totalt: Fratrukket Andebu og Stokke</b>	Dagligvarer	1519	1891	1935	1991
	Utsalgsvareer	1228	1041	1098	1034
	Møbler, innredning, hvitevarer	283	287	357	358
	Byggvarer	257	417	416	503
	<b>Butikkhandel Totalt</b>	<b>3288</b>	<b>3636</b>	<b>3807</b>	<b>3886</b>
<b>Foksrød/torp</b>	Dagligvarer	246	306	313	322
	Utsalgsvareer	158	134	141	133
	Møbler, innredning, hvitevarer	17	17	21	22
	Byggvarer	20	32	32	38
	<b>Butikkhandel Totalt</b>	<b>442</b>	<b>490</b>	<b>508</b>	<b>515</b>
<b>Hegna</b>	Dagligvarer	255	316	324	333
	Utsalgsvareer	53	45	48	45
	Møbler, innredning, hvitevarer	2	2	3	3
	Byggvarer	106	172	171	202
	<b>Butikkhandel Totalt</b>	<b>416</b>	<b>535</b>	<b>541</b>	<b>583</b>
<b>Pindsle</b>	Dagligvarer	92	114	117	120
	Utsalgsvareer	32	27	28	27
	Møbler, innredning, hvitevarer	136	137	170	171
	Byggvarer	62	100	100	121
	<b>Butikkhandel Totalt</b>	<b>321</b>	<b>379</b>	<b>415</b>	<b>439</b>

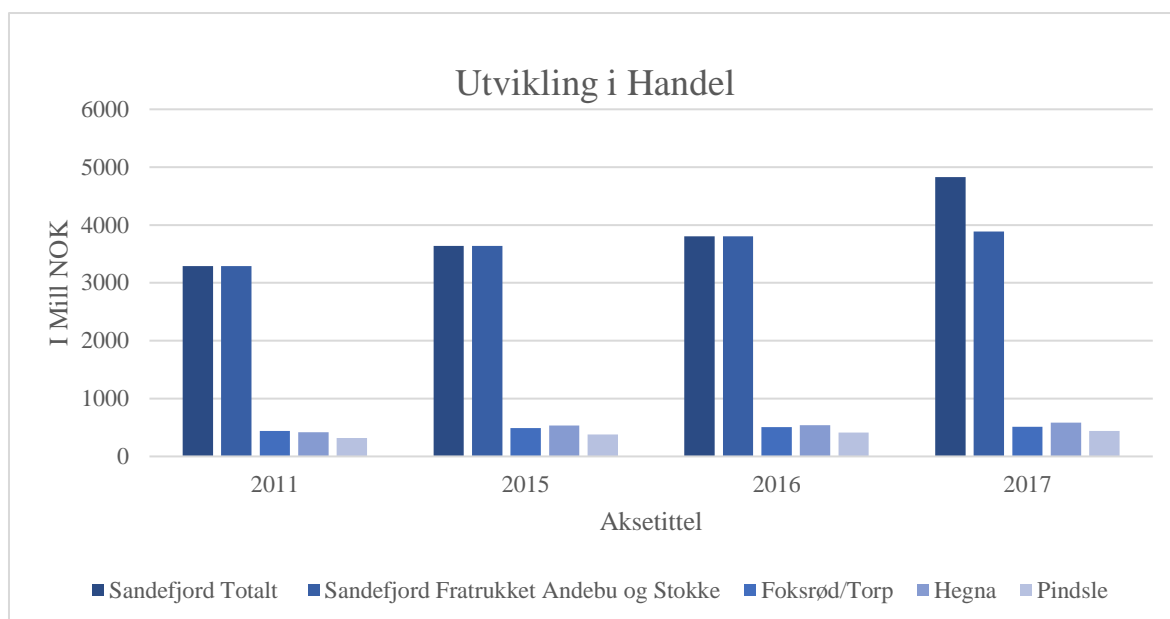
Tabell 5: Kilde SSB, 2018– områdene er definert etter følgende postnumre<sup>5</sup> (NACE 47 ekskludert motorvogner, bensinstasjoner og netthandel)

I tabell 5 har vi brutt ned handel i ulike områder. Dette inneholder ikke netthandel da det er en separat del som ikke har betydning for selve konsekvensanalysen.

Av tallene ser vi at det er størst vekst i byggevarer som har hatt en økning på 143 % i perioden for Sandefjord Kommune totalt, mens det har vært nedgang i utsalgsvareer. Størst økning fant sted på Hegna og Pindsle for denne kategorien. At utsalgsvareer har sunket betyr at forbruket har falt i denne kategorien, eller at det eksisterer handelslekkasje, enten til andre områder, eller at netthandelen har økt for denne kategorien. Det bemerkes også at tallene fra Hegna og Pindsle ikke stemmer helt med de faktiske tall etter diskusjon med Sandefjord Kommune. Grunnen til dette er at vi ikke har fått tilgang til tilstrekkelig tallmateriale fra SSB. Det er derfor foretatt en aggregering basert på et vektet gjennomsnitt basert på de ulike varekategoriene for Sandefjord Kommune. Vi har derfor valgt å beholde tabellen, men gjør oppmerksom på feilkildene.

Dette påvirker heller ikke gravitasjonsmodellen fordi dette ikke har betydning for kundestrømmen til de ulike handelsområdene.

<sup>5</sup> Sandefjord: 3209, 3210, 3211, 3230, 3231. Foksrød/torp: 3241. Pindsle: 3221, 3223. Hegna, 3217.



Figur 4: Team Analyse og SSB, 2018.

## 5. Modellering

Som nevnt tidligere er analysen basert på David Huff sin gravitasjonsmodell som vil si at handel i et område er et resultat av reiseavstand og størrelsen/attraktiviteten til et område. I Sandefjord sitt tilfelle så er avstandene ikke så store, og det vil derfor være i hovedsak attraktiviteten til et område som avgjør handelen.

Scoren vi har satt på de forskjellige scenarioene skal reflektere attraktiviteten til de ulike handelsområdene. Dette blir sammenliknet med nåsituasjonen for å kunne vurdere konsekvensen av en eventuell utbygging på Pindsle og Hegna. I tillegg har vi modellert inn andre konkurrerende områder slik at konsekvensene skal reflektere at disse også har en påvirkningskraft.

Følgende utbyggings-scenarier er drøftet:

1. 7500 på Hegna og 7500 på Pindsle
2. 15000 på Hegna og 0 på Pindsle
3. 0 på Hegna og 15000 på Pindsle

Handelsområde		Senario Nå	Senario 1	Senario 2	Senario 3
		Sentrum m/Hvaltorget	150	150	150
Hegna		15	20	40	15
Pindsle		30	50	30	65

Tabell 6

Sandefjord sentrum er vurdert til en score på 150 basert på at det er det mest komplette handelstilbudet i området. Scorene som er lagt til grunn avviker noe fra tidligere analyse da handelsområdene har utviklet seg. Hegna har fått Rusta og Clas Ohlson på henholdsvis 1900kvm og 2900 kvm. Pindsle har fått XXL på 3600 KVM.

## 6. Resultater

Alt i alt er det generelt høy detaljhandelsomsetning i Sandefjord kommune sammenliknet med resten av Norge, men det er en nedgang i detaljhandel ekskludert netthandel i kommunen fra 2015-2017.

Konsekvensene for utbygging av Hegna og Pindsele har utelukkende negativ konsekvens for Sandefjord Sentrum. Dette gjør seg gjeldende for alle scenarier som er drøftet her. Størst negativ effekt har Scenario 2 med en utvidelse av Hegna på 15.000 kvm. En grunn til dette er jo naturligvis at det ikke er så stort tilbud der i dag, og derfor vil en utvidelse av handelsområde få betydning for handelen.

Omsetning per Kunde	Kunder		Omsetning		Endring i MNOK
	Før	Etter	Før	etter	
<b>Scenario 1</b>					
NOK 27.000	44 183	40 844	1 192 941 000	1 102 788 000	90 153 000
NOK 30.000	44 183	40 844	1 325 490 000	1 225 320 000	100 170 000
NOK 35.000	44 183	40 844	1 546 405 000	1 429 540 000	116 865 000
NOK 40.000	44 183	40 844	1 767 320 000	1 633 760 000	133 560 000
<b>Scenario 2</b>					
NOK 27.000	44 183	39 643	1 192 941 000	1 070 361 000	122 580 000
NOK 30.000	44 183	39 643	1 325 490 000	1 189 290 000	136 200 000
NOK 35.000	44 183	39 643	1 546 405 000	1 387 505 000	158 900 000
NOK 40.000	44 183	39 643	1 767 320 000	1 585 720 000	181 600 000
<b>Scenario 3</b>					
NOK 27.000	44 183	39 875	1 192 941 000	1 076 625 000	116 316 000
NOK 30.000	44 183	39 875	1 325 490 000	1 196 250 000	129 240 000
NOK 35.000	44 183	39 875	1 546 405 000	1 395 625 000	150 780 000
NOK 40.000	44 183	39 875	1 767 320 000	1 595 000 000	172 320 000

Tabell 7

Tabell 7 viser til de ulike scenariene og hvilke konsekvenser det har for Sandefjord sentrum. Det er stor variasjon i gjennomsnittlig handel per kunde i de ulike scenarioene og for ulike områder, blant annet pga. variasjon i bredde og vareutvalg, og beregningene viser derfor konsekvensen ved ulike gjennomsnitt.

### **Scenario Nå.**

Ut i fra gravitasjonsmodellen og de forutsetninger som er tatt, så har Sandefjord i dag 44.183 kunder, hvorav 20.913 er innenfor primærområdet. Pindsle har totalt 6434 kunder hvorav 3129 kunder er innenfor primærområdet. Hegna har færrest kunder gitt dagens scenario, og har totalt 2530 kunder. Både Sandefjord Sentrum og Hegna har sitt markedsområde østover og sørover langs fjorden vestover. Sentrum har også markedsandeler innover i landet.

### **Scenario 1 – 7 500m<sup>2</sup> på Hegna og 7 500m<sup>2</sup> på Pindsle**

Ved Scenario 1 forverres situasjonen for Sandefjord med et sted mellom 90 til 133 millioner NOK. En utbygging av Hegna med 7500kvm og Pindsle på 7500 kvm trekker 3339 kunder ut av sentrum, og fordeler seg mellom Hegna og Pindsle. Sandefjord får nå 40.844 kunder, mens Hegna øker til 3668 kunder, og Pindsle øker til 9078 kunder. Konsekvensen av dette er at Sandefjord vil tape mellom et sted mellom NOK 90-133 mill. Dette er også det scenarioet som gir minst konsekvenser for Sandefjord Kommune.

### **Scenario 2 – 15 000 m<sup>2</sup> på Hegna**

I dette scenarioet er det modellert inn en utbygging av Hegna med 15.000 kvm. Sandefjord vil ved dette scenarioet få ca 39643 kunder, og det representerer et tap på ca 4500 kunder. Gitt at gjennomsnittlig konsum er ca NOK 30.000 per kunde, så vil det bety et tap for Sandefjord Kommune på ca NOK 136 mill. Hegna vil ved dette Scenarioet få 8692 kunder og Pindsle vil få 4989 kunder, som representerer et tap på ca 1450 kunder for Pindsle

### **Scenario 3 – 0 på Hegna og 15 000 på Pindsle.**

Ved scenario 3, vil det være en nedgang fra 44183 kunder til 39875 kunder i Sandefjord Sentrum, og utgjør et tap på 4308 kunder. I hovedsak vil de fleste av disse kundene strømme til Pindsle da en utbygging av Pindsle med 15.000 er en betydelig bedring av handelstilbudet. Pindsle vil få en 11813 kunder. Gitt NOK 30.000 kr i forbruk vil det bety en nedgang i på ca 130 mill.

## Generelle betraktninger

I forhold til handelsutvikling i Sandefjord generelt, og Sentrum-Hegna området spesielt, så er det viktig at man kombinerer et kortsiktig (1-5 år) med langsiktig tenkning (15+ år). Selv om det er negativ effekt av en utvidelse på Hegna med de forutsetningene vi har lagt til grunn, så vil det på lang sikt kunne være slik at Hegna og Sandefjord vokser sammen til et mer komplett handelsområde

Essensen av analysen viser at alle scenarioer gir en negativ effekt på handel i Sandefjord Sentrum. Selv om man øker handelstilbudet i områder rundt Sandefjord, så skapes det ikke flere kunder av den grunn, og konkurransen blir bare større for eksisterende bedrifter.

Analysen som er gjennomført, har sine begrensninger, på grunn av noe usikkert tallmateriale, men beregningene viser allikevel det samme som forrige rapport, at det blir en negativ utvikling for sentrumshandelen.

Om dette er kritisk er vanskelig å bedømme, men det observeres fra andre byer at det finnes terskelnivåer i handelen som fører til raskere negative endringer enn det en skulle forvente. Konsentrasjon av tilbud av ulike art sammen med handel vil generelt sett styrke handelsutviklingen.

Utviklingen vil også bli påvirket av økt netthandel som vil redusere den fysiske handelen, men det er stor usikkerhet om det vil endre «float»-en av mennesker til handelstilbudene.

Hvis man velger å sammenligne seg med andre områder, som for eksempel Hamar, hvor de åpnet CC Stadion i 2014, så forverret sentrumshandelen seg betraktelig. Det samme skjedde for Maxi Hamar. Resultatet har vært at et sentrum som har forvitret, og salgsinntekten per kvadratmeter på nye CC Stadion og Maxi står heller ikke til forventningene.

I de senere årene, har inntekten per kvadratmeter sunket på en rekke kjøpesenter rundt omkring i Norge, og tendensen er at det bygges ut for mye ny handelsflate i forhold til befolkningsvekst og kjøpekraft.

## **Kilder**

Veinavigasjon fra Navteq

Tom Tom Navigasjonssystem

Kjøpesenterdata fra Andhøys Kjøpesenter Register

Befolkningsdata fra SSB

Omsetningsstatistikk fra SSB