

# DETAILHANDEL

## *-WEBINAR 2021-*

**Kristian Løbner**  
**Florian Sollacher**  
**Martin Richner**

1205 – Urban Planning & Transport

1

JANUAR 2021  
WEBINAR JANUAR 2021



**COWI**

# VELKOMMEN TIL WEBINAR

## 1. halvleg: 3 x korte oplæg

- > Detailhandel og befolkningsudvikling v/ Florian Sollacher
- > Detailhandlen – før og under Corona v/ Martin Richner
- > Detailhandel og trafik v/ Kristian Løbner

## 2. Halvleg: Præsentation af detailhandelsportalen

- > Opland til butikken
- > Konkurrencen og synergieffekter i området
- > Trafikken i området
- > Planlægningen

# DETAILHANDEL OG BEFOLKNINGSUDVIKLING

*-WEBINAR 2021-*

**Florian Sollacher**

Projektleder

1205 – Urban Planning & Transport

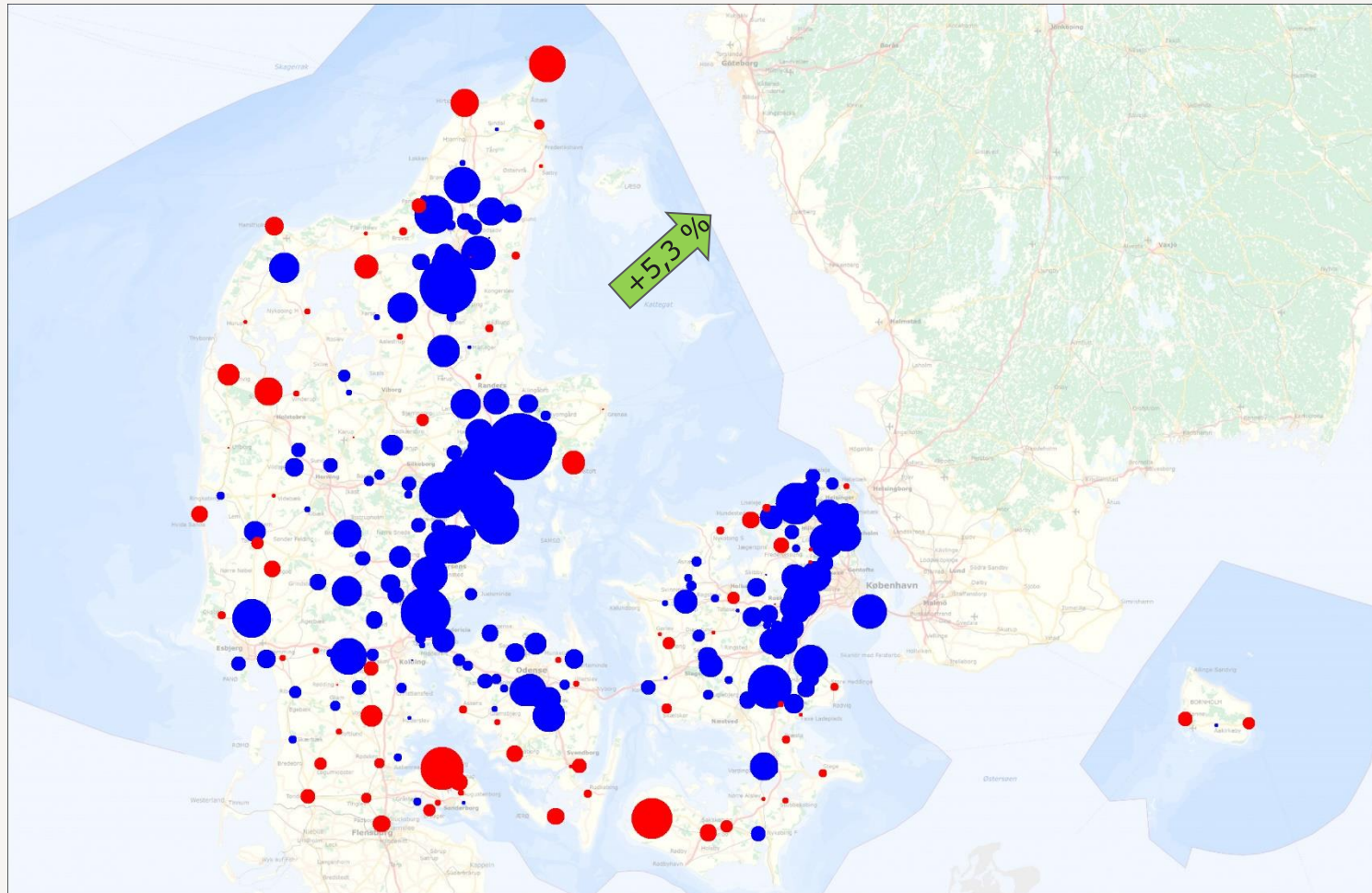


# Befolkningsudvikling 2010-2020

- > Byer over 15.000 indbyggere: **+10,3 %**
- > Byer mellem 2.000-15.000 indbyggere: **+5,3 %**
- > Byer under 2.000 indbyggere: **-1,0 %**
  
- > Danmark: **+5,2 %**

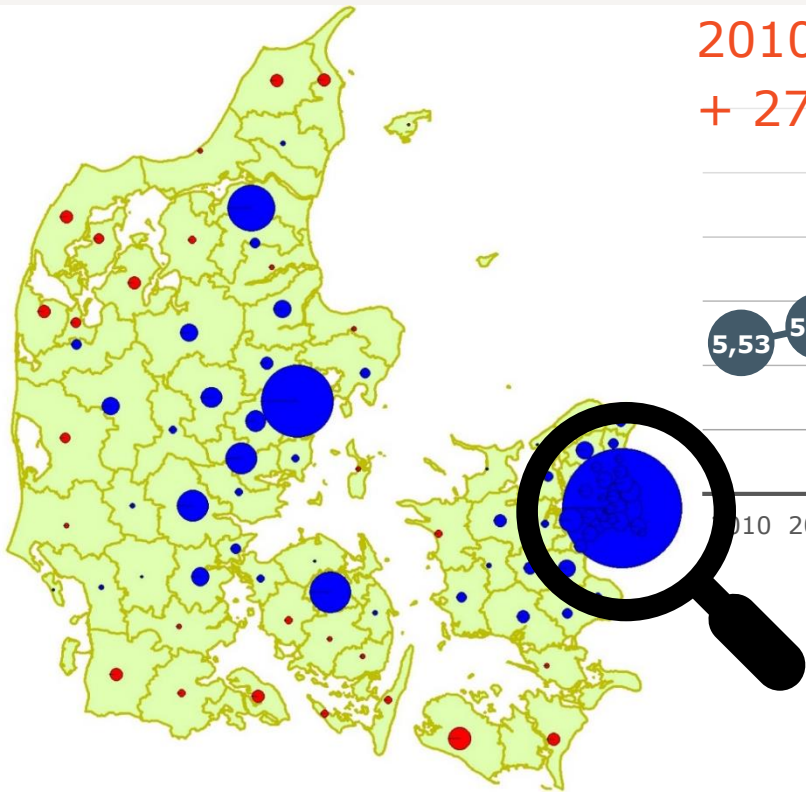
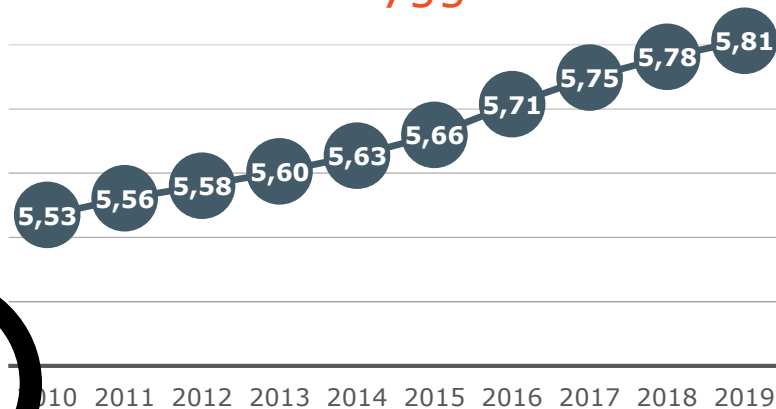


# Mellemstore byer vokser



# Fortsat urbanisering

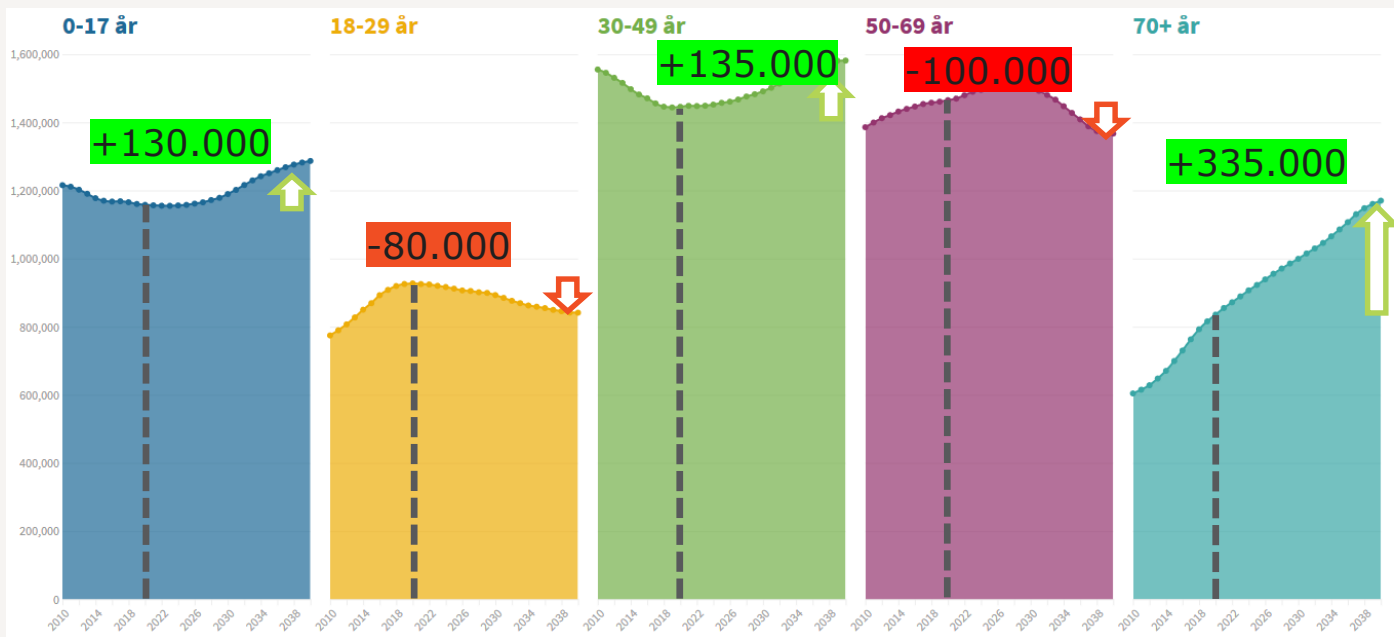
2010-2019  
+ 270.000 indbyggere



58% af væksten  
Heraf 35% i Kbh. alene

# Ændring i alderssammensætning 2010-2020-2040

- > Flere børnefamilier og (markant) flere ældre
- > Færre unge og 50-69 årige

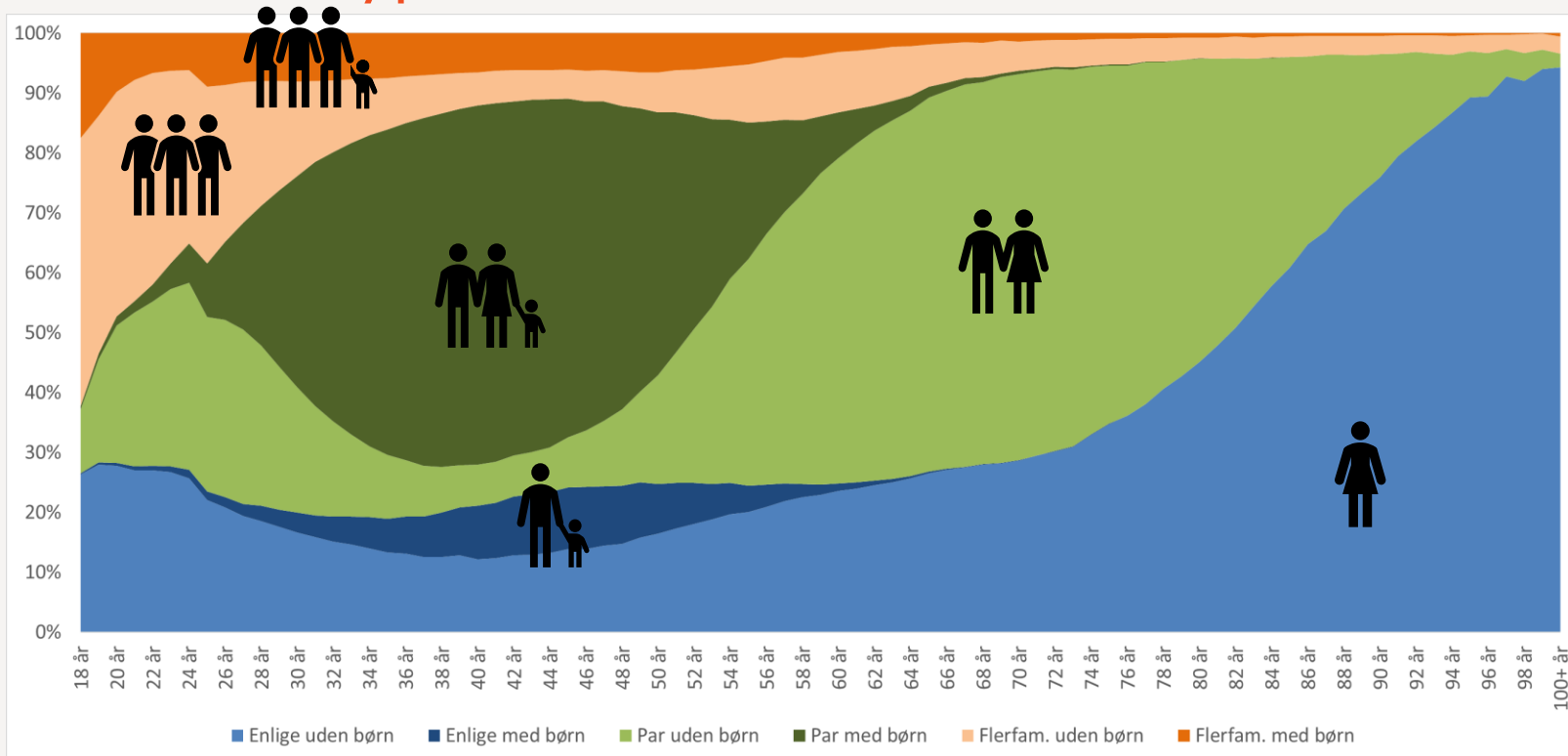


# Ændring i alderssammensætning 2020-2040

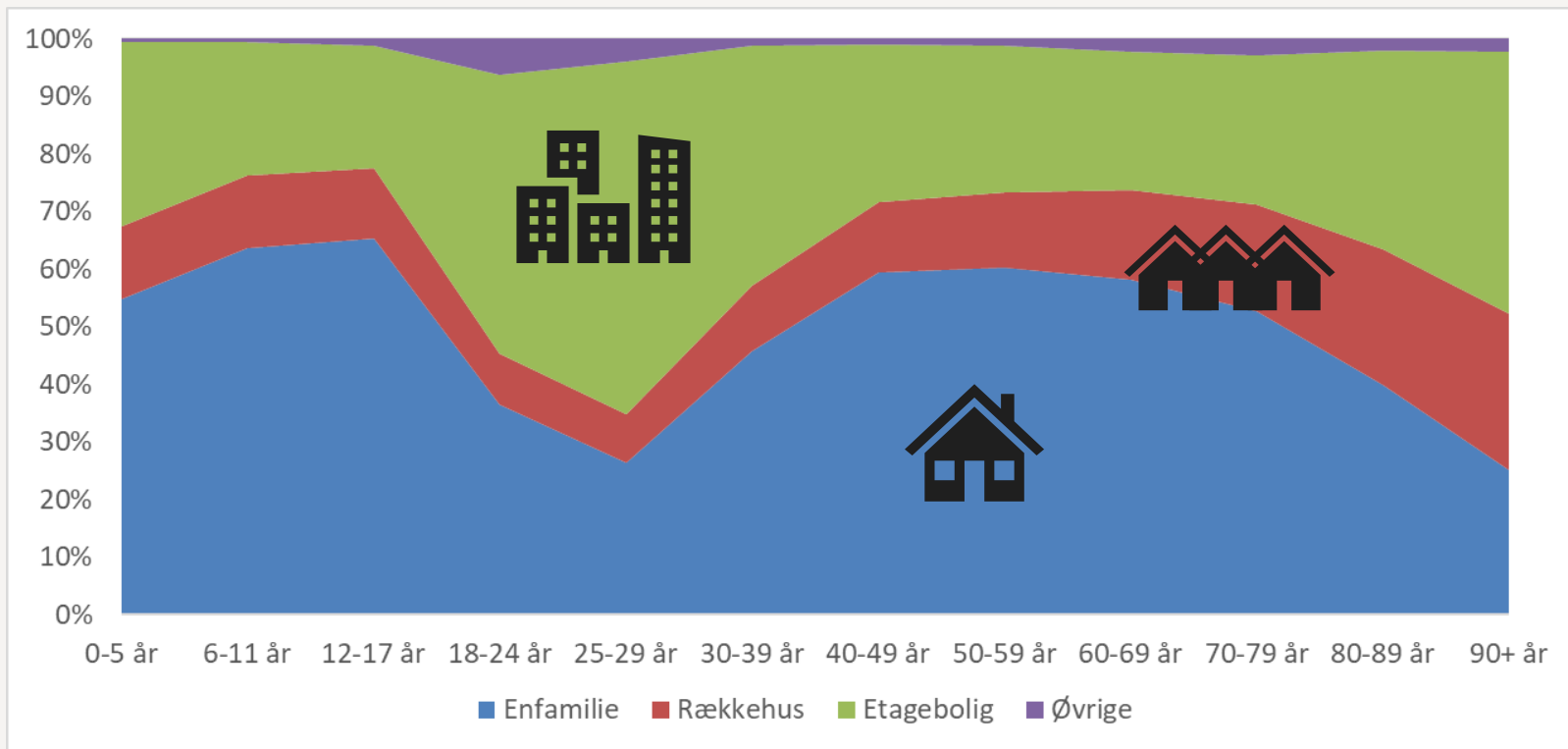
Aldersgruppe	2020	2040	2020-2040	Udvikling i %
0-9 år	614.484	710.798	96.314	15,7 %
10-19 år	681.895	686.442	4.547	0,7 %
20-29 år	782.699	702.598	-80.101	-10,2 %
30-39 år	686.802	774.988	88.186	12,8 %
40-49 år	756.035	789.714	33.679	4,5 %
50-59 år	800.429	654.910	-145.519	-18,2 %
60-69 år	663.631	703.808	40.177	6,1 %
70-79 år	564.381	675.783	111.402	19,7 %
80-89 år	227.295	396.773	169.478	74,6 %
90+ år	45.027	111.012	65.985	146,5 %
<b>I alt</b>	<b>5.822.678</b>	<b>6.206.826</b>	<b>384.148</b>	<b>6,6 %</b>



# Husstandstyper efter alder



# Boligtyper efter alder



# SPØRGSMÅL OG KOMMENTARER



# DETAILHANDEL – FØR OG UNDER CORONA

*-WEBINAR 2021-*

**Martin Richner**

ProjeKtleder

1205 – Urban Planning & Transport



**COWI**

Tema: Dansk detailhandel før og under Corona

# Detailomsætningsindekset

## **Før Corona**

- > Øvrige udvalgsvarer bærer væksten
- > Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer har aldrig været højere

## **Under Corona**

- > Dramatisk fald inden for beklædning under Coronakrisen
- > Store stigninger efter genåbning og udbetaling af feriepenge

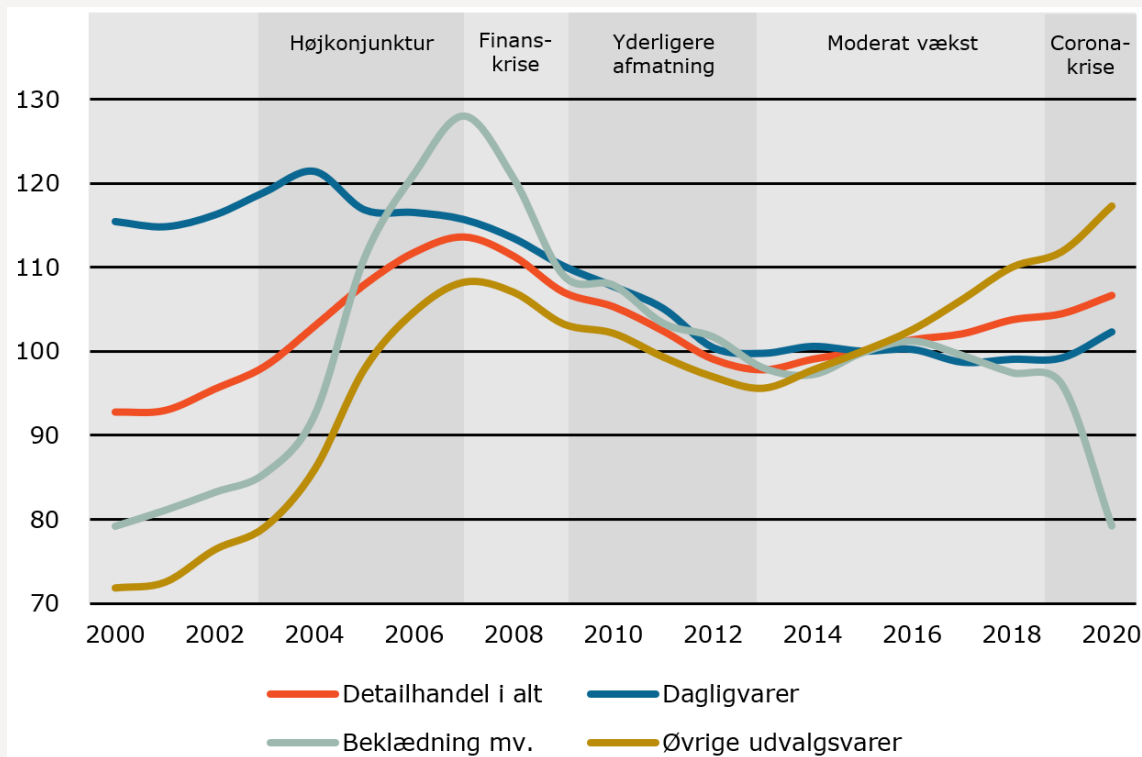


# Detailomsætningsindekset

- > Sæsonkorrigeret udvikling i omsætning i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser
- > 2015 som indeks 100.

Kilde: DST

Opdateres d. 26. januar

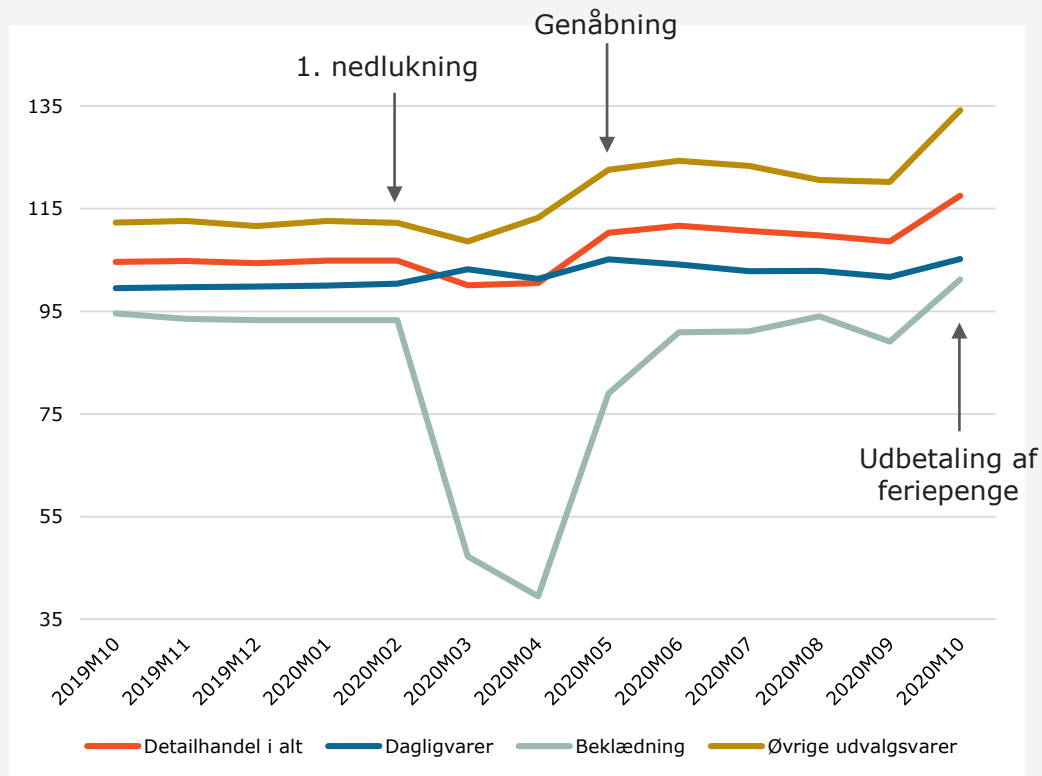


# Detailomsætningsindekset under Corona

- > Sæsonkorrigeret udvikling i omsætning i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser
- > 2015 som indeks 100
- > **2. nedlukning: 25. dec. 2020-**

Kilde: DST

Opdateres d. 26. januar



# Nethandlen

## **Før Corona**

- > Fortsat stigende nethandel, men aftagende vækstrate
- > Særlig udvalgsvarer købet på nettet
- > Nethandel med dagligvarer fortsat begrænset

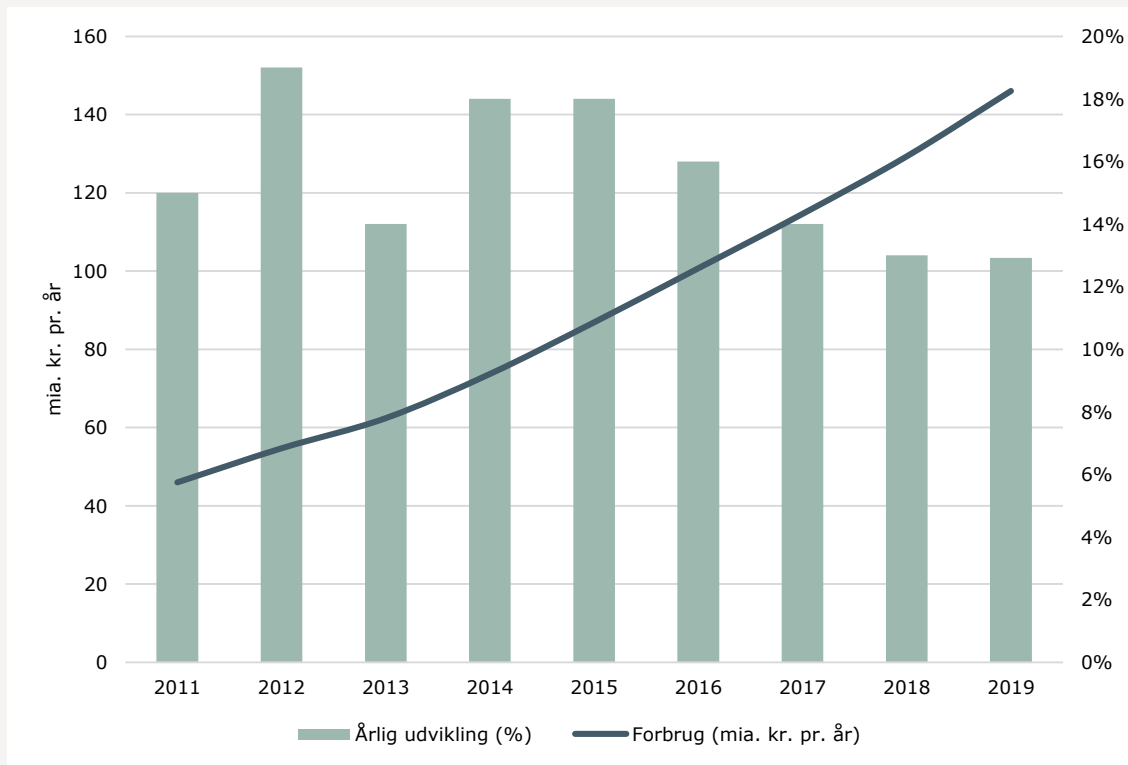
## **Under Corona**

- > Stor vækst inden for nethandlen med dagligvarer
- > Store stigninger efterfulgt af stort set tilsvarende store fald
- > For tidligt at sige om stigningerne er midlertidige eller fastholdes
- > Coronakrisen har været en øjenåbner for butiksdrivende og forbrugere

## Danskernes forbrug online før Corona

- > Udviklingen i danskernes forbrug online over de sidste knap 10 år
- > Varer udgør ca. 37 % af forbruget

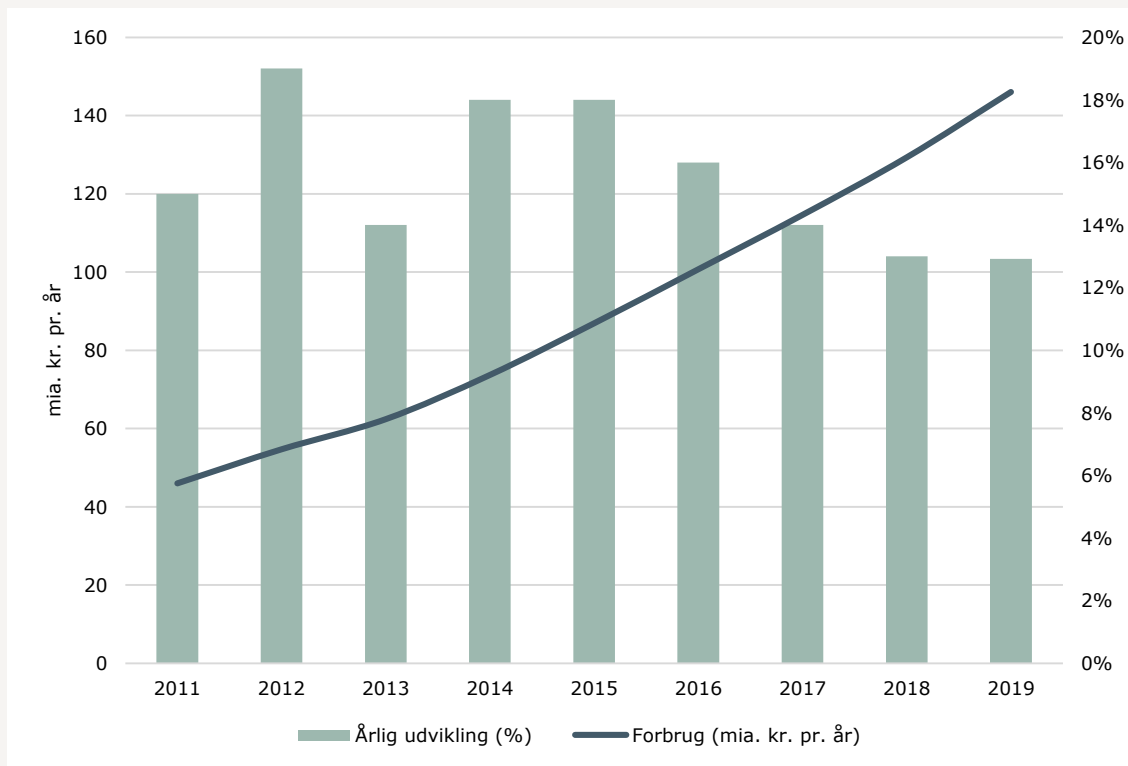
Kilde: FDIH



## Danskernes forbrug online under Corona

- > 1. halvår 2020: 74,7 mia. kr.
- > Stigning på 5 % eller 3,5 mia. kr. ift. 1. halvår 2019
- > Beklædning og accessories udgør ca. 16 % af forbruget

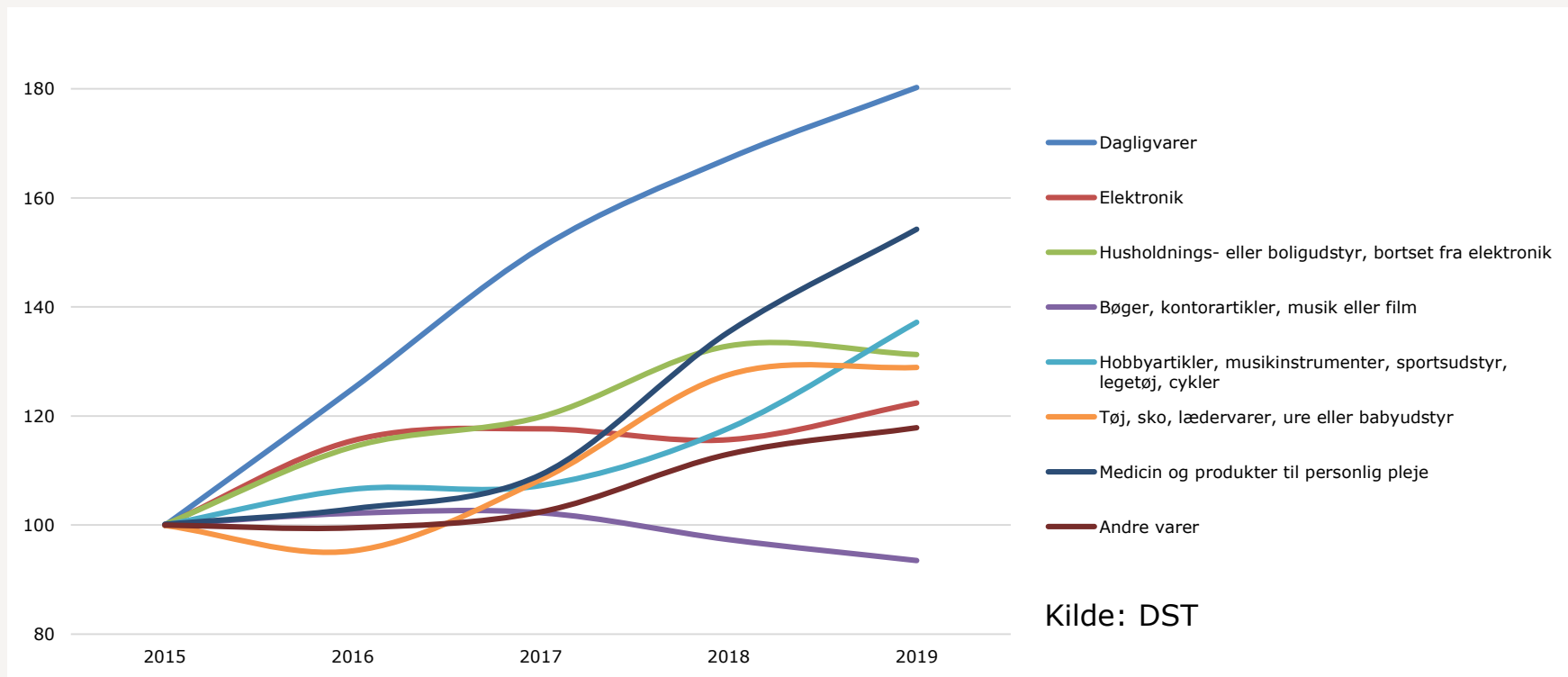
Kilde: FDIH





Tema: Dansk detailhandel før og under Corona

# Omsætningsindeks for danske netbutikker før Corona



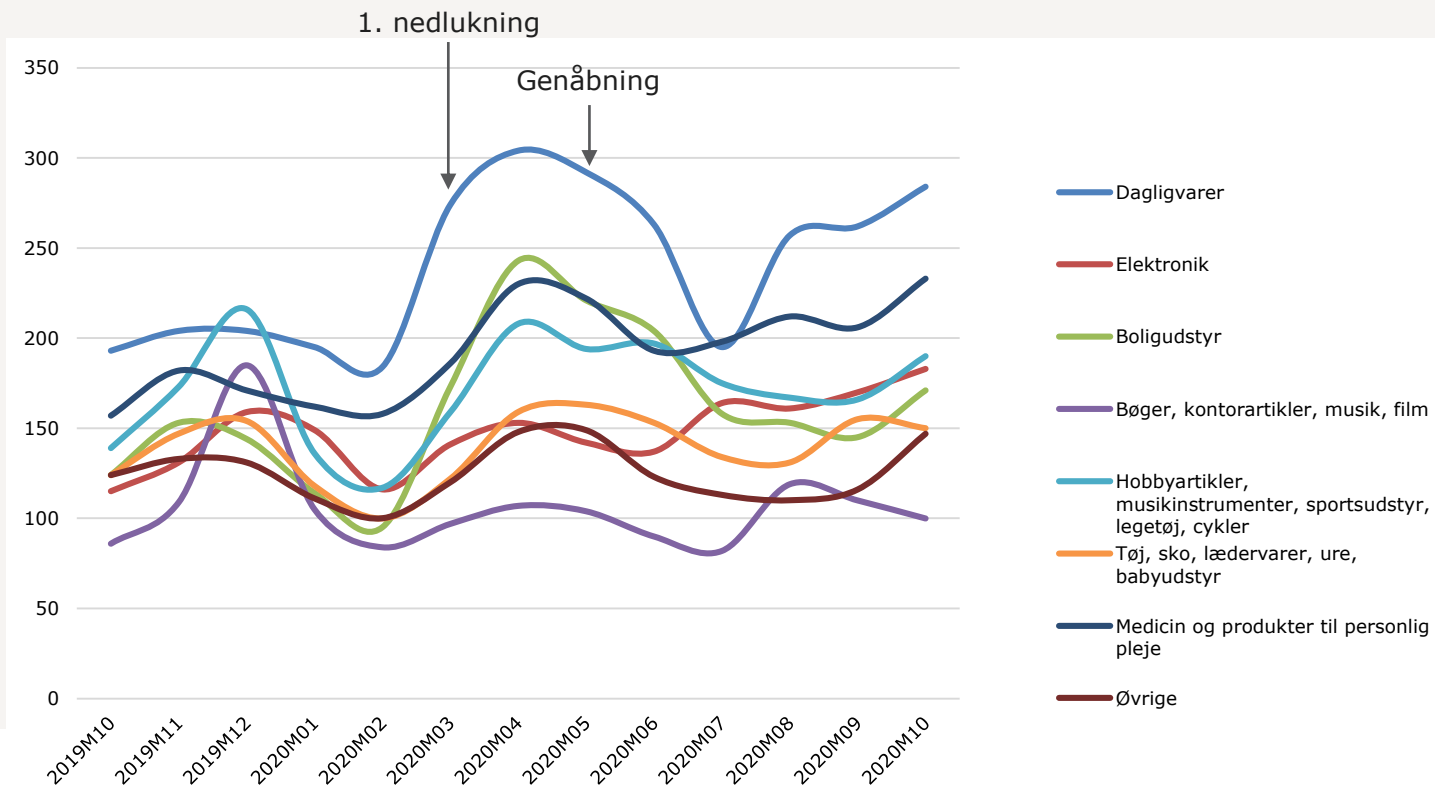
Tema: Dansk detailhandel før og under Corona

# Omsætningsindeks for danske netbutikker under Corona

> 2. nedlukning:  
25. dec. 2020-

Kilde: DST

Opdateres  
d. 26. januar



# SPØRGSMÅL OG KOMMENTARER



# DETAILHANDEL OG TRAFIK

*-WEBINAR 2021-*

**Kristian Løbner**

Business Development Manager

1205 – Urban Planning & Transport



# 1. TRAFIKKEN TIL BUTIKKEN

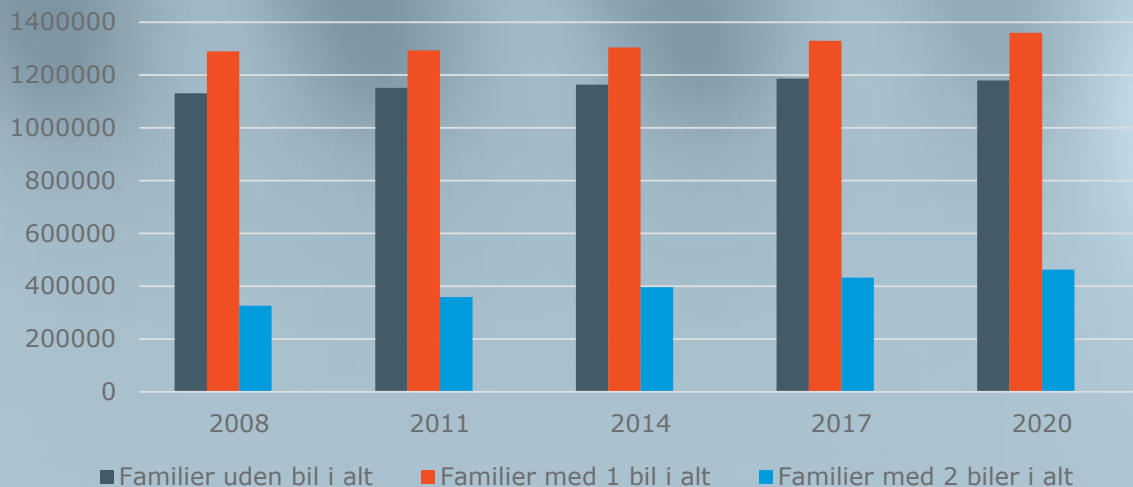
- > *Hvad skaber trafik til butikken?*
- > **Pendling fra arbejde**
  - > Mange køber ind på vej hjem fra arbejde – men kommer danskerne til at arbejde mere hjemme nu?
- > **Hverdagskøb**
  - > I 2019 købte danskerne ind ca. 3 gange om ugen pr. person. Den højeste indkøbsfrekvens ses hos enlige med børn og husstande med lav indkomst.
- > **Klynge af butikker – flere formål**
  - > Store synergieffekter ved at have klynger af flere butikker, pakkepost, apoteker og take-away sammen med butikken.





## 2. DANSKERNE OG DERES BILER

### Familier med bil i Danmark, 2008-2020



### Vi kører mere

- > 83% af danskerne har adgang til mindst 1 bil.
- > Den gennemsnitlige pendlingstur i Danmark er ca. 42,5 km.
- > Hver dansker (gns.) kører 16.000 km/år, hvilket er Europarekord.

### Elbilerne kommer!

- > I Danmark er 2-3 % af alle solgte biler en elbil.
- > I Norge er tallet +50 %.
- > Politisk aftale om 775.000 elbiler i Danmark i 2030
- > Ladeinfrastruktur nær butikkerne bliver et "must"

# 3. CYKLING OG DETAILHANDEL



## Danskerne cykler!

- > Der er 0,8 cykel pr. Indbygger i Danmark.
- > I København foregår ca. 30 % af al transport på cykel.
- > 15 % af alle ture i Danmark sker på cykel.

## Cykling og detailhandel

- > Cyklens markedsområde er 2-4 km.
- > Cyklister bruger ca. 325 kr. i butikkerne pr. tur.
- > I Odense er ca. 25 % af kunderne i butikkerne cyklister.

## Hvem cykler?

- > 44 % af cykelturene sker mellem hjem og arbejde/uddannelse.
- > Unge og veluddannede mellem 20-30 år cykler mest.
- > Hver 7. solgte cykel er en elcykel.

## 4. ADGANGSFORHOLD OG SYNLIGHED

### > *Kunderne er illoyale og vælger:*

- > Det nærmeste
- > Det lettes tilgængelige
- > Det pæneste
- > Det mest synlige
- > Det mest børnevenlige
- > Det nemmeste for kundevogne
- > Det højeste serviceniveau
- > ...



# SPØRGSMÅL OG KOMMENTARER

