



Bergen kommune

Handelsanalyse Fyllingsdalen

Utgave: 1

Dato: 2020-06-26

DOKUMENTINFORMASJON

Oppdragsgiver:	Bergen kommune
Rapporttittel:	Handelsanalyse Fyllingsdalen
Utgave/dato:	1 / 26. jun. 2020
Arkivreferanse:	-
Oppdrag:	536894 – Områderegulering Fyllingsdalen sentrale deler
Oppdragsleder:	Katrine Bjørset Falck
Fag:	Analyse og utredning
Tema	Handelsanalyse
Skrevet av:	Gunnar Berglund
Kvalitetskontroll:	
Asplan Viak AS	www.asplanviak.no

FORORD

Asplan Viak har vært engasjert av Bergen kommune for å utarbeide en handelsanalyse i forbindelse med områderegulering for Fyllingsdalen sentrale deler. Analysen er en oppdatering av en analyse utført av Asplan Viak i 2015. Katrine Bjørset Falck har vært Asplan Viaks oppdragsleder for områdereguleringen mens Gunnar Berglund har vært temaansvarlig for handelsanalysen. Øyvind Dalen skrev den opprinnelige handelsanalysen i 2015, og har vært kvalitetssikrer for denne oppdateringen.

Oslo, 30/06/2020

Gunnar Berglund
Temaansvarlig handelsanalyse

Øyvind Dalen
Kvalitetssikrer

INNHOLDSFORTEGNELSE

1	Innledning.....	4
2	Planmessig forankring.....	5
2.1	Regional areal- og transportplan for Bergensområdet	5
2.2	Regional plan for attraktive senter i Hordaland.....	6
2.3	Kommuneplanens arealdel.....	8
2.4	Planprogram for Fyllingsdalen sentrale deler.....	10
2.5	Bransjestyring og bransjegliding.....	10
3	Om Oasen senter og Fyllingsdalen bydel	12
4	Dekningsgrad og handelsutvikling	22
4.1	Bakgrunn.....	22
4.2	Handelsutvikling.....	26
4.3	Dekningsgrader	30
5	Utbyggingspotensial.....	35

1 INNLEDNING

Det er utarbeidet en handelsanalyse som del av grunnlaget for områderegulering for sentrale deler av Fyllingsdalen. Områdereguleringen har som formål å videreutvikle Oasen bydelssenter som et aktivt og attraktivt møtested i Fyllingsdalen bydel, i samsvar med kommuneplanens målsetninger. Planarbeidet er delt i to, i første omgang utarbeides plan for Oasen senterområde, mens plan for området Spelhaugen vil utarbeides senere. Denne analysen dekker begge områder, men skiller ut Oasen senterområde der det er mulig.

Handelsanalysen er ett av flere utredningstema i planarbeidet. Med utgangspunkt i planprogrammet, skal handelsanalysen redegjøre for handelsbehovet for befolkningen i handelsområdet til Oasen bydelssenter i fremtidig situasjon, avgrenset til planens tidshorisont. Konsekvenser av planforslaget skal vurderes opp mot det estimerte behovet. Det skal gjøres en særskilt vurdering av behovet for, og lokalisering av arealkrevende varehandel.

Handelsanalysen redegjør først for dagens situasjon med hensyn til størrelse og lokalisering av foreliggende handelstilbud, tilgjengelighet og dekningsgrad for ulike varegrupper. Videre er det sett på hvilket handelsbehov forventet befolkningsvekst i bydelen vil generere, med basis i generelle erfaringstall for omsetningsvekst og arealbehov for de enkelte varegrupper.

Handelsanalysen er basert på omsetningsstatistikk levert av Statistisk Sentralbyrå (SSB), stedfestet bedriftsregister (størrelse/antall ansatte og lokalisering av handel), samt modellberegninger med ATP-handel som er et modellverktøy utviklet i forbindelse med Regional areal- og transportplan for Bergensområdet.

Hvor stor andel av veksten i Fyllingsdalen bydel som skal lokaliseres til planområdet vil gi føringer for hvor mye handelsareal det bør legges til rette for i planen.

2 PLANMESSIG FORANKRING

2.1 Regional areal- og transportplan for Bergensområdet

Regional areal- og transportplan for Bergensområdet for Bergensområdet 2017-2028 vedtatt i juni 2017, gir strategisk retning for utviklingen av Bergensområdet innenfor bærekraftige rammer. Et mer konsentrert utbyggingsmønster og satsing på kollektivtransport, sykkel og gange skal bli gjennomført for å møte befolkningen sitt mobilitetsbehov og styrke nærlingslivets konkurransekraft.

Det overordnede målet er at bergensområdet skal være en værekraftig og konkurransedyktig vekstregion. Utbyggingsmønster og transportsystem skal gi en effektiv utnyttelse av samfunnsressursert og infrastruktur. Samordnet planlegging og et klimavennlig utbyggingsmønster skal legge til rette for at transportveksten skjer i tråd med nullvekstmålet og at regional grønnstruktur og kulturminneverdier blir bevart.

Planen gir følgende målsettinger:

- senterstruktur og utbyggingsmønster; utbyggingsmønsteret i bergensområdet skal være klimavennlig og basert på den regionale senterstrukturen. hovedtyngden av veksten i arbeidsplasser og boliger skal komme innenfor regionale vekstsoner.
- Regionalt transportsystem; Bergensområdet skal ha et miljøvennlig og trygt transportsystem som sikrer mobilitet for befolkningen og nærlingsliv. Veksten i persontransporten skal tas med kollektiv, sykkel og gange.
- Boligområder; Bergensområdet skal ha attraktive og gunstig lokaliserte areal til bolig som dekker et langsiktig behov.
- Næringsliv og arbeidsplasser; Bergensområdet skal ha attraktive og gunstig lokaliserte næringsareal som dekker et langsiktig behov.
- Natur, kulturmiljø og landskap; utbygging i bergensområdet skal ta hensyn til naturmangfold, landskap, landbruk, kulturmiljø og friluftsliv. Arealbruken skal legge til rette for en aktiv befolkning med god tilgang på sammenhengende natur og friluftsområder og fremme kulturminner som identitetsskapende ressurser.

Regional plan for attraktive senter i Hordaland fatsetter en senterstruktur for hele fylket som skal legge til rette for at tjenester, handel, arbeidsplasser, fritids- og kulturtilbud blir lokalisert saman for å skape et best mulig tilbud for innbyggerne. Regional plan for attraktive senter peker på følgende nivå i senterstrukturen:

- Fylkesenter
- Regionscenter
- Kommunesenter
- Bydelssenter
- Lokalsenter

Regional areal- og transportplan bygger videre på denne senterstrukturen. Fyllingsdalen angitt som et bydelssenter in Bergen kommune.

En viktig forutsetning i en flerkjernet senterstruktur er at regionssentrene og bydelssentrene blir mer selvforsynte og utviklet med arbeidsplasser og tjenester, ikke bare boliger eller bare arbeidsplasser.

Om Bergen kommune sier samordnet areal- og transportplan følgende:

Bergen kommune har i gjeldende kommuneplan en fortetningsstrategi der 80% av veksten skal skje innenfor eksisterende byggesone. Bydelssentrene bør styrkes med både boliger og arbeidsplasser sentralt og det bør bli bedre balanse mellom bydelene når det kommer til fordeling av arbeidsplasser og bolig. Lokalsenter og nærsentre langs bybanen vil være særskilte satsingsområder i planperioden.

I Bergen bør hoveddelen av veksten komme innenfor de definerte regionale vekstsonene. Den resterende veksten før i hovedsak skje som fortetting i byggesonene og eller knyttet til lokalsentre, men etter prinsipp om differensiert arealforvaltning.

2.2 Regional plan for attraktive senter i Hordaland

Regional plan for attraktive senter i Hordaland er en regional plan etter plan- og bygningsloven § 8-1, og skal legges til grunn for kommunal, regional og statlig planlegging i fylket. Planen er vedtatt i Fylkestinget 10.12.2014 og erstatter gjeldende *Fylkesdelplan for senterstruktur og lokalisering av service og handel* fra 2002, samt at den også avløser aktuelle tema i *Fylkesplan for Hordaland 2005-2008*.

De regionale retningslinjene for Handel og kjøpesenter (kapittel 4) erstatter *Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre* fra 2008, og er juridisk bindende for kommunene og private utbyggere. Tiltak kan ikke gjennomføres i strid med retningslinjene.

Senterstrukturen i Hordaland følger samme hierarkiske struktur som i tidligere fylkesdelplan for senterstruktur. Dette innebærer blant annet at bydelssenter i Bergen fastsettes av kommunen. I planen er Oasen definert som bydelssenter for Fyllingsdalen bydel.

Om bydelssentre står det følgende i plandokumentet: «*Innanfor Bergen kommune bør det tilretteleggjast for allsidige bydelssenter med samlokalisering av funksjonar slik at transportbehovet vert minst mogleg og senterfunksjonar kan dekkjast nærast mogleg brukar. Areal til detaljhandel i bydelssentera bør som hovudprinsipp dimensjonerast for den bydelen som bydelssenteret skal betene. Dette vil fremje balanse mellom dei ulike sentera i Bergensregionen – ein balanse som er viktig for å nå målsetjingar om eit berekraftig transportmønster.*»

Det er satt noen overordnede mål for senterområde som gir føringer for hvilket handels- og servicetilbud det kan legges til rette for på de ulike nivåene i senterhierarkiet:

- Sentrene skal utformes slik at de er attraktive å være, bo og drive næring i
- Sentrum skal ha god balanse mellom handel, private og offentlige tjenester, kulturtilbud og boliger
- Sentrene skal være attraktive for handel med et handelstilbud dimensjonert etter nivå i senterstrukturen
- Dekningsgrad for detaljvarehandel skal balanseres mot befolkningsgrunnlaget i handelsområdet definert av kommunen
- Ny detaljvarehandel skal i hovedsak lokaliseres til et senter og innenfor sentrumsområdet
- Dagligvarehandel skal lokaliseres til et senter eller nærme et boligområde

De regionale retningslinjene sier at behov for areal til dagligvarehandel skal vurderes ved regulering av nye boligområder.

Det er også satt krav om utarbeidelse av en handelsanalyse ved etablering av nytt handelsareal over 3 000 m² eller dersom samlet bruksareal til handel i et område overstiger 3 000 m². Handelsanalysen skal vurdere tiltaket med hensyn til vedtatt regional og kommunal senterstruktur, beskrive behovet for handelsareal i området, og eventuelle konsekvenser av en ny handelsetablering. Handelsanalysen skal inneholde en beregning av samlet arealbehov for handel, basert på forholdstallet 2 m² handelsareal pr. person i handelsområdet. Det vil være behov for lokale tilpasninger i den enkelte sak. En framskriving av befolkningstallet i definert handelsområde, basert på vedtatt boligbyggeprogram i kommunen, kan legges til grunn for vurderinger av fremtidig handelsbehov.

Nedenfor gjengis føringer og retningslinjer for handel i *Regional plan for attraktive senter i Hordaland*:

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 krevjast 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 [vedtaksdato]. Det blir kravd handelsanalyse for å vurdere samtykke.

Det gjeld unntak for:

- Ny eller utvida detaljhandel med opptil 1.500 m² samla bruksareal lokalisert i bustadkonsentrasjonar eller i nærsenter

- Ny detaljhandel kor vareutvalet i hovudsak er bilar, båtar, landbruksmaskinar, trelast og større byggevarar, samt utsal frå hagesenter og større planteskular

Retningslinjer 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.

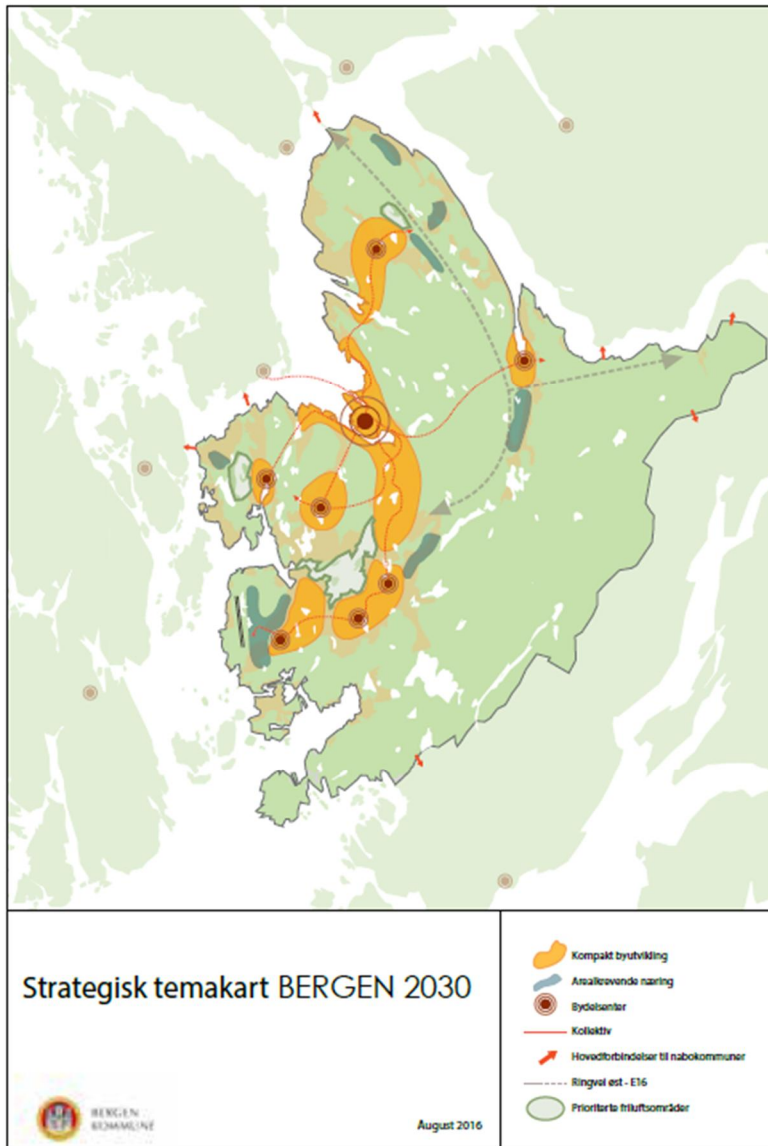
4.5 For utforming av handelsbygg gjeld retningslinjer i Kapittel 2 – Attraktive sentrum.

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

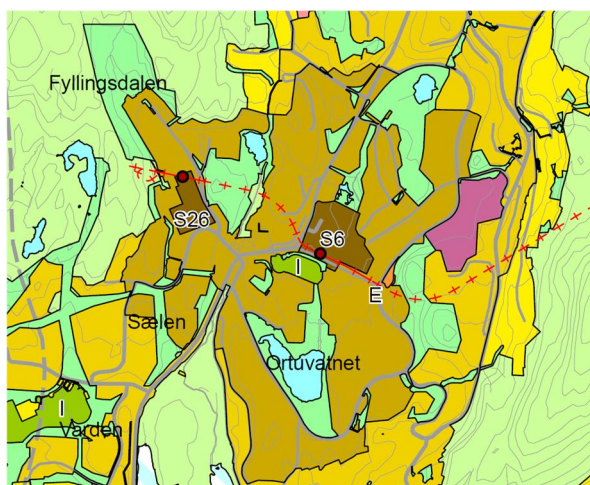
2.3 Kommuneplanens arealdel

Kommuneplanens arealdel for Bergen, KPA 2018 (vedtatt i bystyret 19. juni 2019), legger opp til en flerkjernet senterstruktur bygget omkring kollektivaksene. Senterstrukturen er delt inn i sentertypene bysentrum, bydelssenter og lokalsenter. Oasen/Fyllingsdalen er angitt som bydelssenter, omgitt av områder for kompakt byutvikling og med kryssende kollektivakser. Om bydelssentre står det:

«Bydelssentrene skal være samlingspunkt i bydelen, med tjenester og service som dekker hele bydelen. De vil også fungere som lokalsenter for innbyggerne i nærområdet. Bydelssentrene skal utvikles som allsidige og mangfoldige småbyer med bolig, arbeidsplasser, handel, kultur og tjenesteyting. Handelstilbudet skal tilpasses bydelssenterets omland, med grunnlag i en handelsanalyse.»



Figur 2-1 Strategisk temakart fra KPA 2018



Figur 2-2. Utsnitt fra kommuneplanens arealdel. Brunt område er sentrumsområde.

2.4 Planprogram for Fyllingsdalen sentrale deler

Prosjektet har følgende hovedmål: «*Fyllingsdalen skal videreutvikles som et tettbygd område med gode bokvaliteter, rundt Oasen som et levende bydelssentrum og kollektivknutepunkt. Området skal ha trygge gangforbindelser, attraktive offentlige møtesteder og en tetthet som skaper aktivitet og mangfold.*»

Prosjektet har følgende delmål som kan relateres til handel:

- Området rundt Oasen skal utvikles som et urbant, attraktivt og lett tilgjengelig bydelssentrum, med høy tetthet, offentlige byrom og god kollektivdekning. Utviklingen skal skje i form av en bystruktur, der det tilrettelegges for variert arealbruk med bolig, næring og service.
- Spelhaugen skal utvikles som et tettbygd nærings- og boligområde. Nærings- og handelstilbudet skal supplere tilbudet ved Oasen, med vekt på kontorformål og arealkrevende handelsvirksomheter. Utvikling over tid.
- Planen skal avklare rollefordelingen mellom Oasen og Spelhaugen, og angi en avgrensning av sentrums/næringsområder for disse to områdene.

Utredningsbehov - Handelsanalyse

Reguleringsplanen vil inneholde mulighet for etablering av ny handel, særlig ved Oasen, men nytt handelsareal er også aktuelt ved Spelhaugen. Det skal gjennomføres en handelsanalyse, der eksisterende og framtidig handelsareal i planområdet vurderes i forhold til handelsområdet. I dette skal inngå en særskilt vurdering av behovet for arealkrevende varehandel.

2.5 Bransjestyring og bransjeglidning

Det er ikke anledning til bransjestyring gjennom planer etter plan- og bygningsloven. Det kan følgelig ikke i rettslig bindende plan for eksempel fastsettes at det kun kan tillates møbler og hvitevarer i visse områder for handel. Dette må det tas hensyn til når regionale og kommunale planer utformes.

I bestemmelser til reguleringsplan kan det skilles mellom plasskrevende vare og annen detaljhandel, der plasskrevende varer er uttømmende definert som:

- Biler og motorkjøretøyer
- Landbruksmaskiner/anleggsmaskiner
- Trelast og byggevarer
- Planteskoler/hagesentre
- Fritidsbåter

I denne analysen er varegruppen som omfattes av denne definisjonen angitt som en av fire varegrupper og kalt *Plasskrevende varer 2: Byggevarer og hagesentre*.

Hva som inngår i definisjonen av varegruppen *trelast og byggevarer* er gjenstand for diskusjon, og dette praktiseres forskjellig i ulike kommuner. I utgangspunktet skulle varegruppen kun omfatte engroshandel til proffmarkedet, men det er en økende tendens til at

nye byggevarebutikker både tilbyr engroshandel og detaljvarer. I en reguleringsplan er det mulig å angi prosentvis størrelsesforhold mellom lager og butikkareal, og dermed begrense omfanget av detaljvarer i butikken.

Bransjegliding og utvikling av nye handelskonsepter har etter hvert gjort det vanskelig å styre innholdet i områder med andre varegrupper enn detaljhandel. Det innebærer at lokaliseringspolitikken også for disse områdene vil bli svært viktig over tid, og at all detaljvarehandel må ha en lokalisering som er godt tilpasset ønsket senterstruktur og transportsystem.

Det kan ikke legges føringer i regional eller kommunal plan etter plan- og bygningsloven som favoriserer én aktør eller merkevare. Eksempel på dette er at det i overordnet plan ikke kan lages unntaksbestemmelser som begrunnes i at én aktør skal få etablere seg og ikke andre.

Plan- og bygningsloven kan ikke brukes til bransjestyring. Eksempelvis kan det ikke brukes bestemmelser etter plan- og bygningsloven til å beskytte eksisterende butikker ved ikke å tillate tilsvarende bransjer i et nytt kjøpesenter i byen.

3 OM OASEN SENTER OG FYLLINGSDALEN BYDEL

Oasen er bydelssenter i Fyllingsdalen bydel. Sentrumsområdet ble planlagt og etablert som del av den samlede planleggingen av bydelen, og Oasen ligger sentralt plassert i Fyllingsdalen. I forbindelse med områderegulering for Fyllingsdalens sentrale deler, er det ønskelig å skille mellom områdene Oasen og Spelhaugen så langt som mulig i analysene. Denne gjennomgangen benytter derfor fire avgrensninger:

- Bergen kommune
- Fyllingsdalen bydel
- Fyllingsdalens sentrale deler (Spelhaugen og Oasen)
- Oasen

Handelstilbudet i området Oasen består hovedsakelig av dagligvarer og utvalgsvarer. Øvrig tilbud i senteret er blant annet bibliotek, lege/helsesenter, samt ulike offentlige kontorer og servicefunksjoner. I bydelssenteret ligger også betydelig kontorbebyggelse, med virksomheter innen forsikring og finans. Kjøpesenteret ble utvidet i 2014, og samlet areal er nå på omtrent 40 000 m². Oasen terminal ligger midt i senterområdet, med bussavgang ca. hvert 5- 10. minutt i retning Bergen sentrum.

Spelhaugen ligger ca. 700 m fra Oasen. Området ble avsatt som industriområde ved planleggingen av Fyllingsdalen, men har etter hvert utviklet seg til et variert næringsområde med mange ulike virksomheter. Her ligger det blant annet en bensinstasjon og flere forretningsbygg til større kontorvirksomheter.

Det er i dag rundt 29 500 bosatte¹ og 11 800 arbeidsplasser² i Fyllingsdalen bydel. Arbeidsreiser til Fyllingsdalen kommer hovedsakelig fra boligområdene i og ved bydelen (Fyllingsdalen, Bønes, Laksevåg og Loddefjord), samt Nesttun/Skjold og Åsane. Det er også noe innpendling fra Sotra og Askøy til Fyllingsdalen.

Det er 990 arbeidsplasser innenfor handel i Fyllingsdalen bydel, hvorav 60 % av disse er lokalisert til Oasen senter og 80 % ligger innenfor Fyllingsdalens sentrale deler. Se Figur 3-1.

Det er registrert 312 arbeidsplasser innen dagligvarehandel i Fyllingsdalen bydel, noe som utgjør 31 % av arbeidsplassene innen handel i bydelen. Rundt 69 % av dagligvarehandelen i Fyllingsdalen er lokalisert til Fyllingsdalens sentrale deler mens 49% finnes i området Oasen. Se Figur 3-2.

Innenfor handel med utvalgsvarer er det registrert 463 arbeidsplasser i Fyllingsdalen bydel, hvilket utgjør i underkant av 50 % av arbeidsplassene innen handel i bydelen. 95 % av utvalgsvarehandelen i Fyllingsdalen er lokalisert til Oasen senter. Se Figur 3-3. Med utvalgsvarer menes handel med klær, sko, bøker, vinmonopol, interiør, fargehandel, mm.

For plasskrevende handel refereres det til uttømmende liste i plan- og bygningsloven, se kap. 2.5. I denne handelsanalysen benyttes begrepet plasskrevende varer om to varekategorier, hvorav den siste tilsvarer listen fra plan- og bygningsloven. Plasskrevende

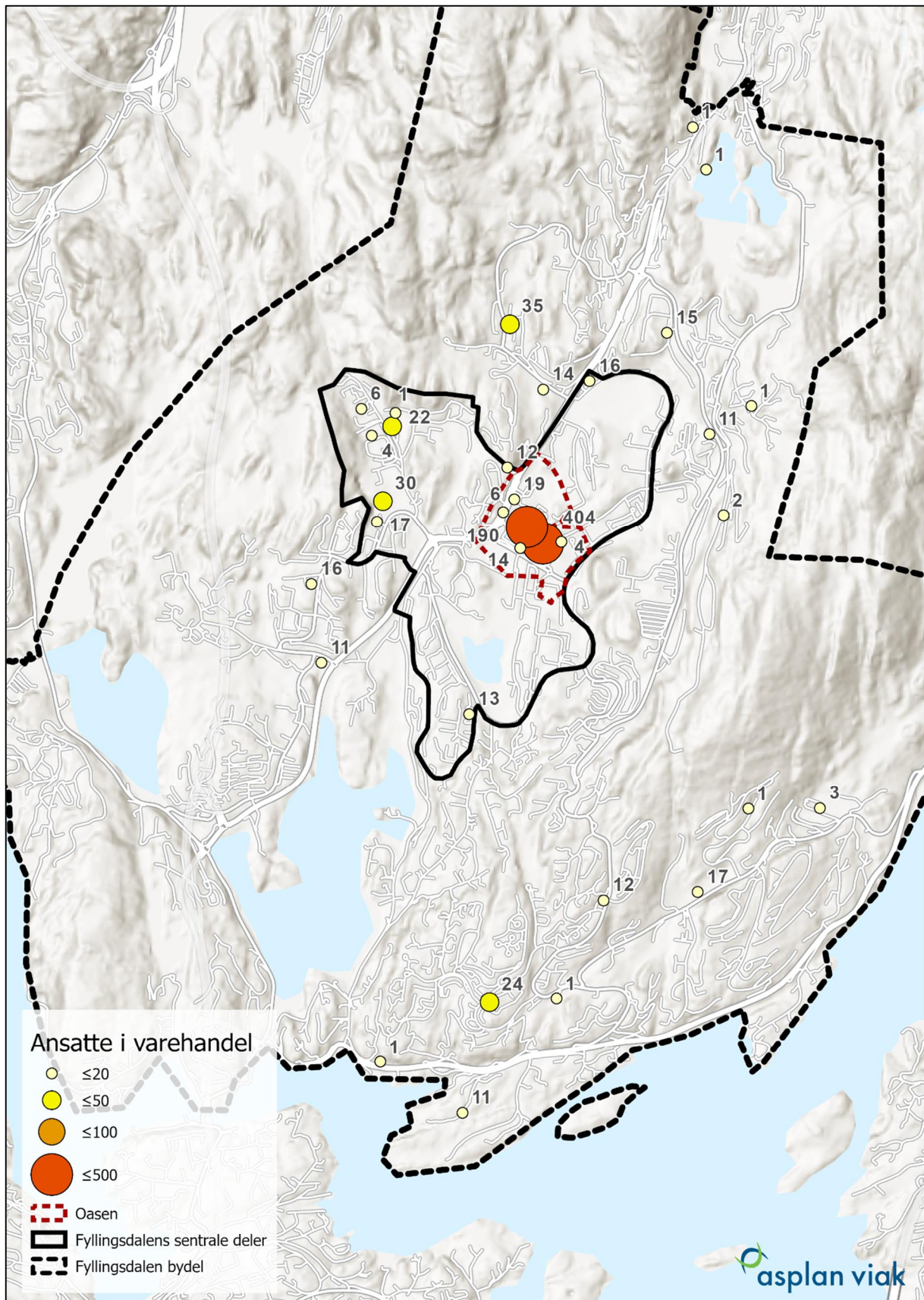
¹ Kilde: befolkningsdata på 250m rutenett for 01.01.2019, SSB

² Kilde: Enhetsregisteret/Brønnøysundregisteret, uttak 1. kvartal 2020.

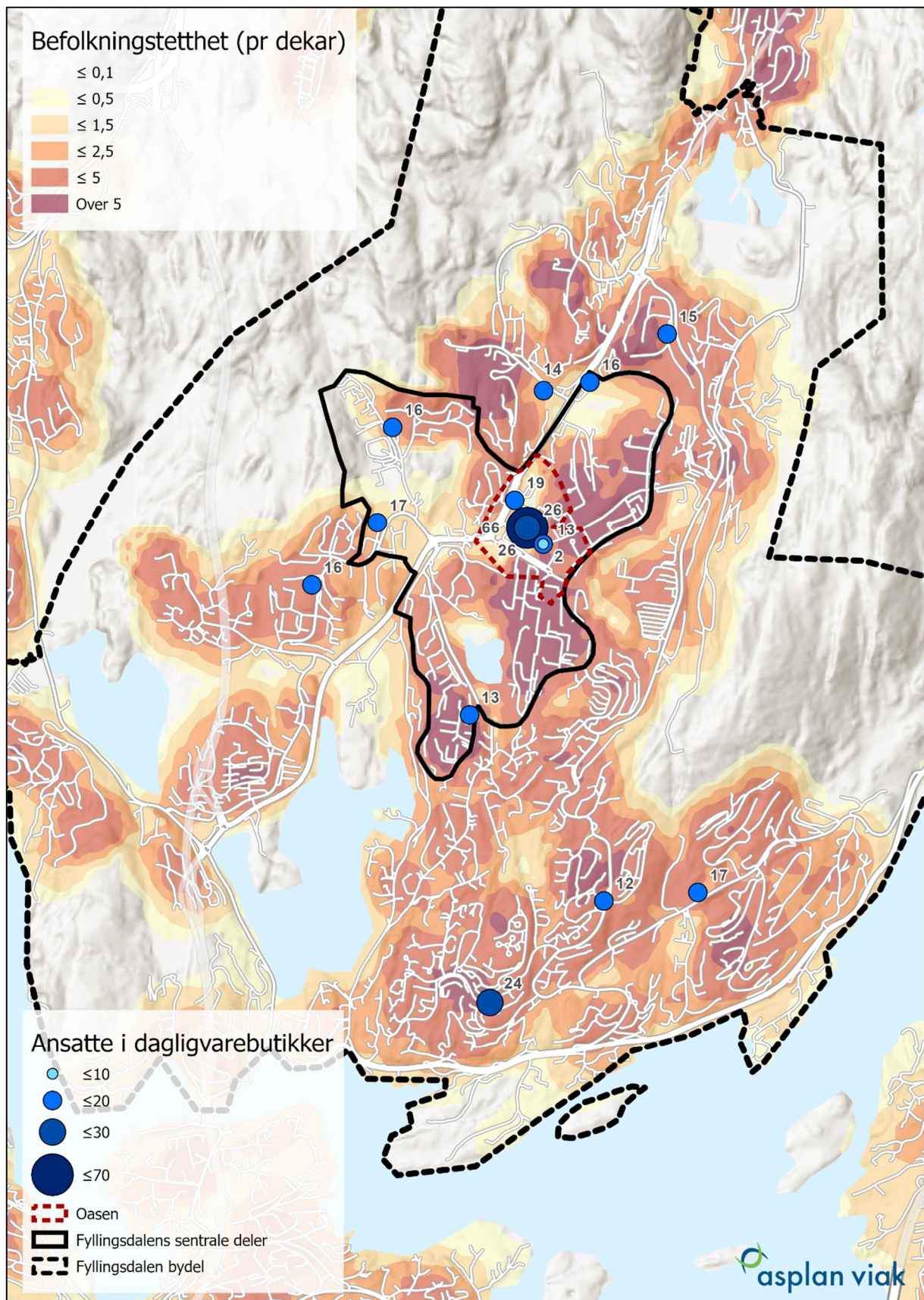
varer 1 omfatter møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr. Innenfor denne varegruppen er det registrert 86 ansatte i Fyllingsdalen bydel, samtlige i dalens sentrale deler. Se Figur 3-4.

For varegruppen *plasskrevende handel 2, byggevarer/hagesentre*, som er gruppens omfattet av plan- og bygningslovens liste, er det registrert 34 ansatte i Fyllingsdalen bydel, også her er samtlige lokalisert til området definert som Fyllingsdalens sentrale deler. Se Figur 3-5

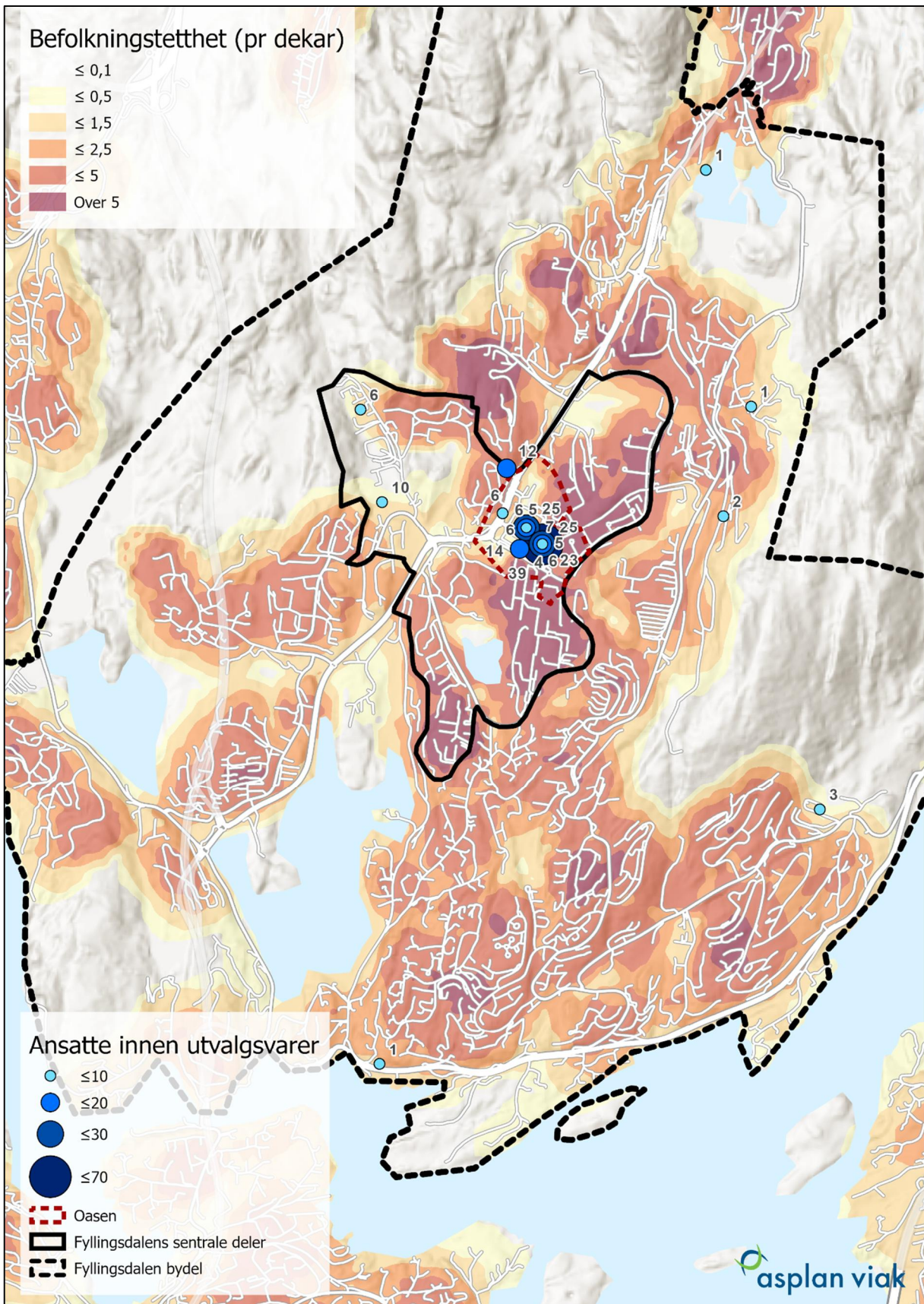
Innenfor planområdet er det ca. 6 200 bosatte og 5 700 arbeidsplasser. Dette er omtrent samme antall som innenfor 1 km gangavstand fra Oasen senter, mens det er nærmere 17 000 bosatte og 8 100 arbeidsplasser innenfor 2 km gangavstand. Se Figur 3-6 og Figur 3-7.



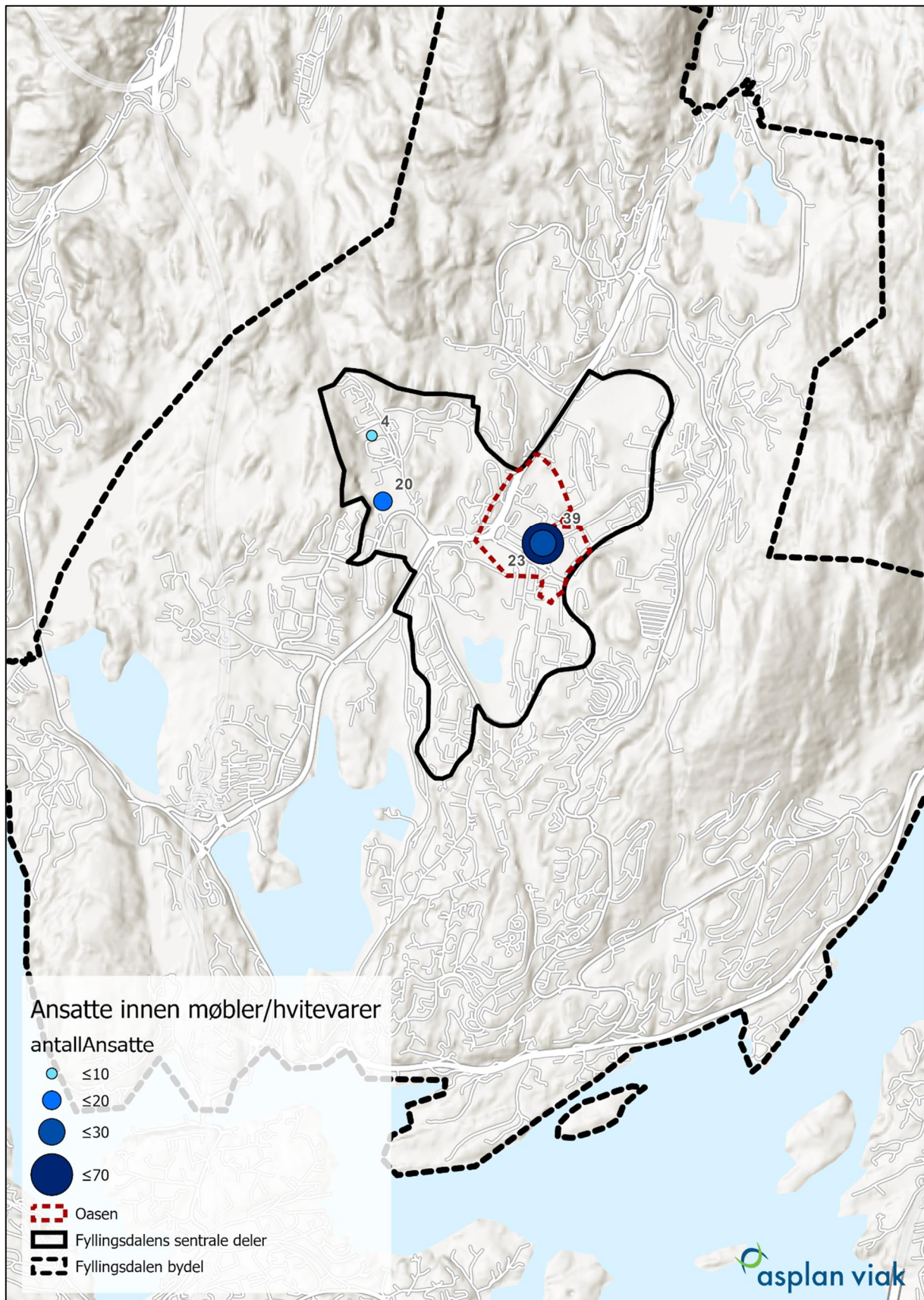
Figur 3-1. Fordeling av handel i Fyllingsdalen bydel, etter antall ansatte (jan. 2020)



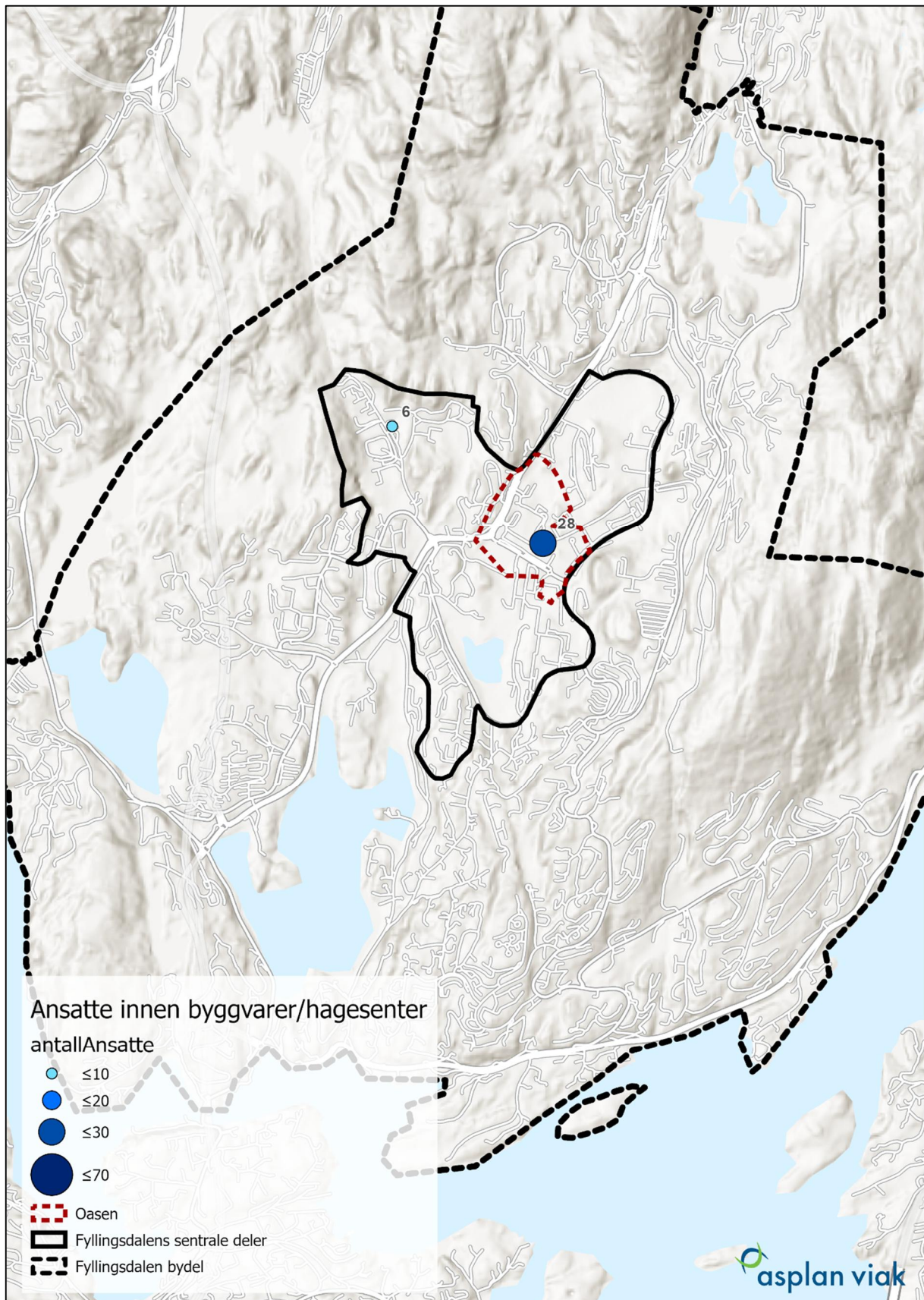
Figur 3-2. Fordeling av dagligvarehandel, samt befolkningstetthet i Fyllingsdalen bydel.



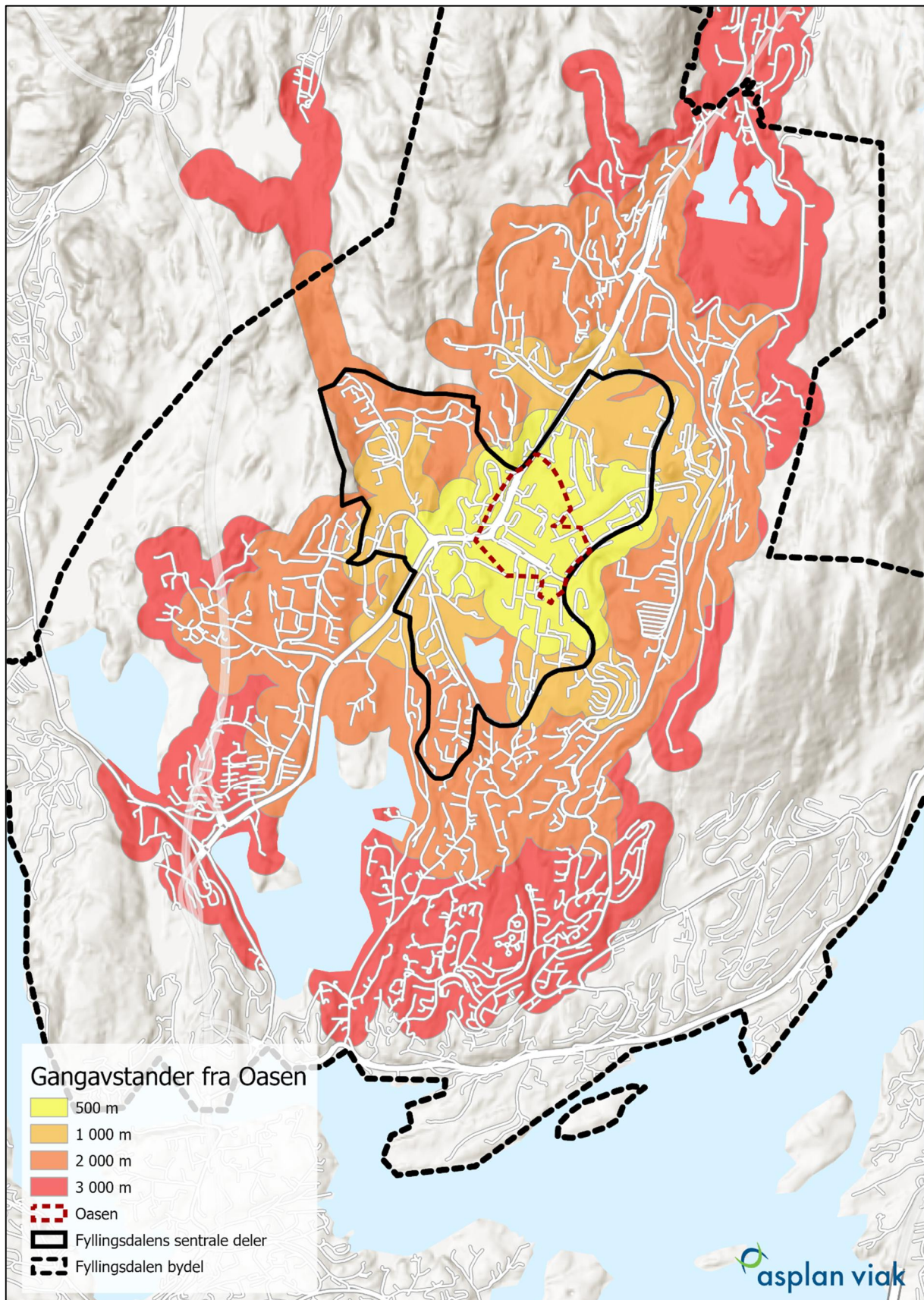
Figur 3-3. Fordeling av utvalgsvarehandel i Fyllingsdalen bydel



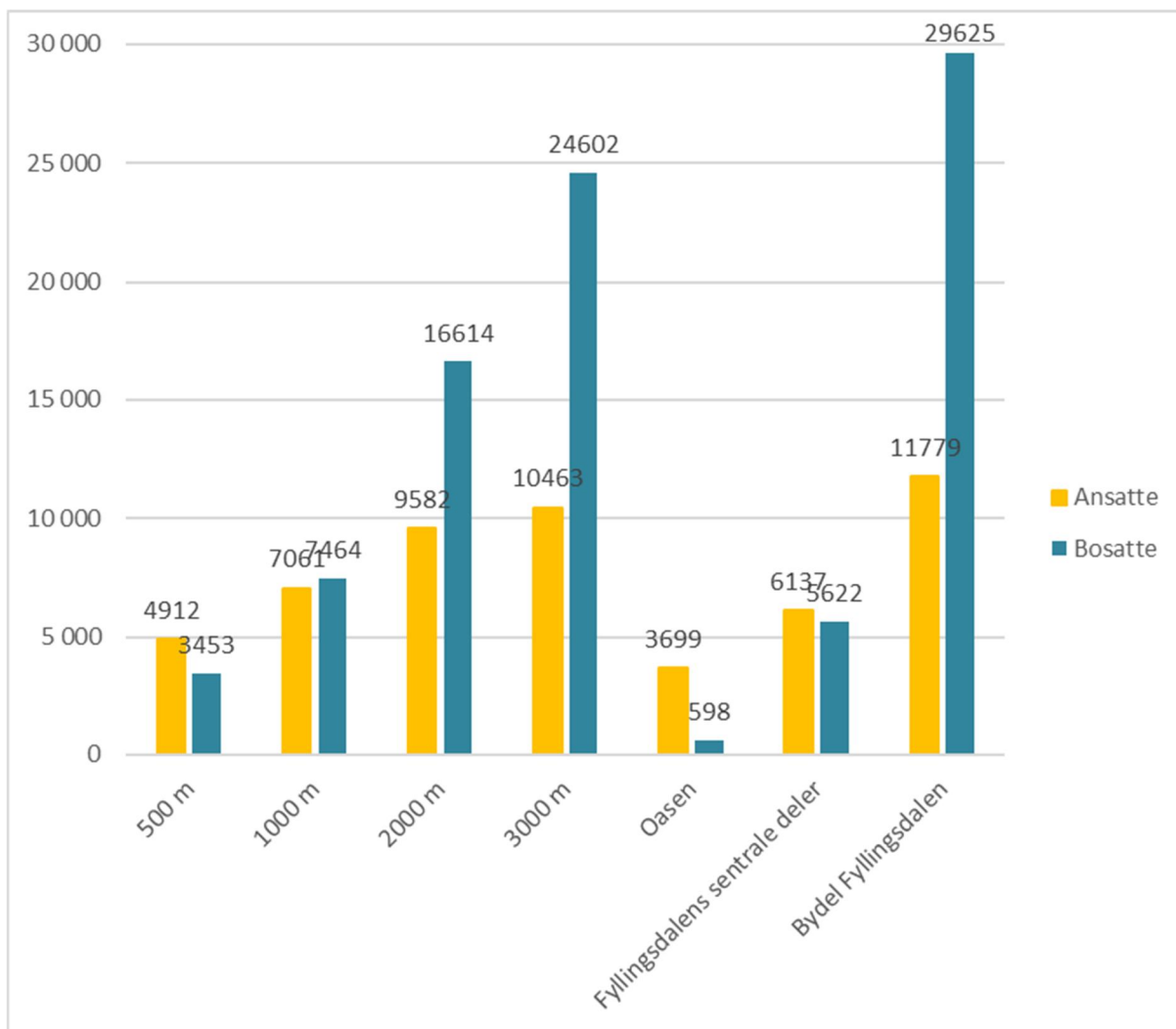
Figur 3-4. Fordeling av plasskrevende handel 1, Møbler, hvitevarer, fargevarer og motorutstyr i Fyllingsdalen bydel.



Figur 3-5 Fordeling av ansatte, plasskrevende varer 2: Byggvarer/hagesentre



Figur 3-6. Avstander langs vei fra Oasen senter.



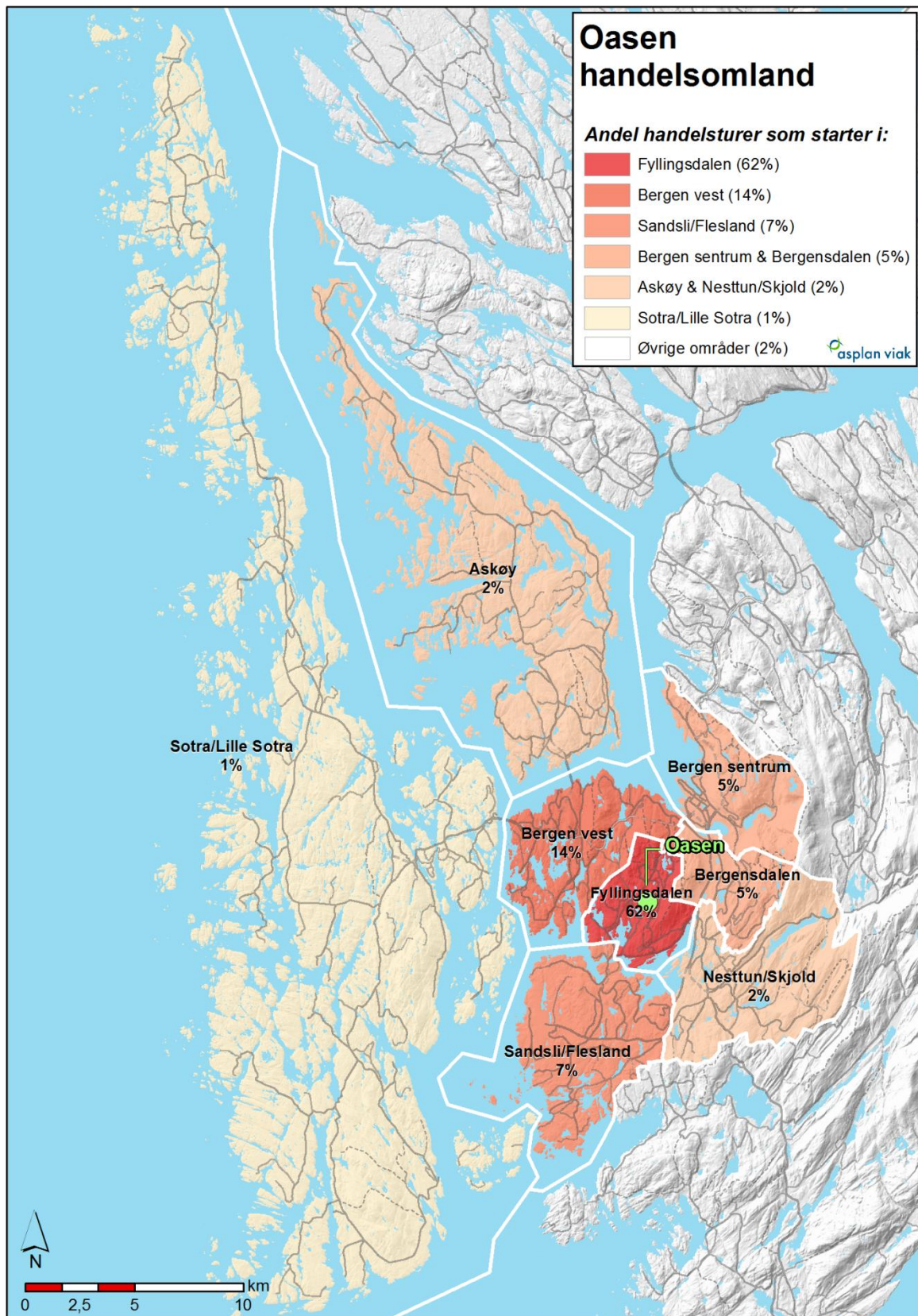
Figur 3-7. Antall bosatte og arbeidsplasser i ulike avstander fra Oasen senter

I forbindelse med utarbeidelse av Areal- og transportplan for Bergensområdet ble det etablert en handelsmodell for Bergensregionen, som blant annet ble brukt til å simulere fordeling av innkjøpsturer til ulike senterområder i regionen, herunder Oasen senterområde.

Modellberegningene viste at innkjøpsturer til Oasen senterområde i hovedsak generes i vestre deler av Bergen, se Figur 3-8. 62 % av turene starter i Fyllingsdalen bydel, 14 % i Bergen vest, 7 % i Sandslimrådet, og 10 % i Bergensdalen/Bergen sentrum. En viss andel av turene kommer også fra omegnskommunene i vest (Sotra, Askøy). Det er få innkjøpsreiser til Oasen fra nordre og sørøstre deler av planområdet.

I underkant av 30 % av innkjøpsturene som starter i Fyllingsdalen går til Oasen, mens 11 % av turene fra Bønes går til Oasen. Turene fra Askøy og Fjell til Oasen/Fyllingsdalen utgjør hhv. 2 % og 1 % av innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune.

Modellsimuleringene viste at Oasen fungerer som et bydelscenter/lokalsenter for de som bor i bydelen, og til en viss grad som et regionsenter for Bergen vest.



Figur 3-8. Hvor starter handleturene som går til Oasen (Fyllingsdalen)? Resultat av beregning med ATP handel

4 DEKNINGSGRAD OG HANDELSUTVIKLING

4.1 Bakgrunn

4.1.1 Dekningsgrad og gjennomsnittlig forbruk

Dekningsgraden for varehandel er definert som forholdet mellom omsetning i en handelssone og samlet forbruk for bosatte i samme sone, uttrykt i prosent. Som regel er handelssonene gitt av kommunegrensene, men det kan også gjøres beregninger på et mer detaljert nivå i form av byområder/ større tettsteder.

Forholdet mellom omsetning og forbruk i hver enkelt sone kan si noe om eventuelle handelslekkasjer mellom sonene. Dekningsgrad kan beregnes både for varehandelen samlet, og for utvalgte varegrupper, etter følgende formel:

$$\frac{\text{omsetning i sonen}}{(\text{gjennomsnittlig forbruk pr person}) * (\text{antall bosatte i sonen})} * 100 \%$$

Gjennomsnittlig forbruk pr person kan beregnes med utgangspunkt i totalomsetningen for en større region (eventuelt baseres på generelle tall på nasjonalt nivå), fordelt på antall bosatte i samme region.

Dekningsgrad rundt 100 % betyr at det er god balanse mellom handel og forbruk. Generelt vil de fleste kommuner ligge noe under 100 %. Lav dekningsgrad betyr at det er en handelslekkasje til andre regioner, og de som bor i regionen foretar således en viss andel av innkjøpene i andre regioner. Høy dekningsgrad betyr at sonen tiltrekker seg handlende fra andre regioner.

Omsetningsstatistikk innhentes fra Statistisk Sentralbyrå (SSB), som leverer dette på kommunenivå og postsonenivå for ulike varegrupper. Statistikk leveres kun dersom det er minst tre aktører innenfor samme bransje i den aktuelle kommune/bydel/postsone.

4.1.2 Markedsområde

Et markedsområde er det geografiske nedslagsfeltet til en handelsvirksomhet, og defineres av bosetningsmønster, virksomhetens størrelse i form av omsetning, og innslag av konkurrerende virksomheter i nærheten. Handelstilbudets vareutvalg er også avgjørende, da kundenes reisevillighet varierer for ulike varegrupper.

Gitt en kjent handelsutbygging (handelsareal) og varetypesammensetning kan man beregne handelstilbudets forventede årlige omsetning, og tilhørende kundegrunnlag for å nå denne omsetningen (antall kunder/personer). Kundegrunnlaget legges til grunn for å beregne handelstilbudets geografiske markedsområde, og vurdere konkurranseforhold i forhold til andre tilbud i nærheten.

4.1.3 Varegrupper

Detaljvarehandel³ er i denne analysen definert som summen av dagligvarer, utvalgsvarer og plasskrevende varer. Dagligvarer er i hovedsak matvarer og andre husholdningsvarer. Utvalgsvarer omfatter mange ulike varer, blant annet klær, sko, husholdningsapparater og sportsutstyr. Møbler, el-artikler/ hvitevarer, og lignende blir i mange sammenhenger betegnet som plasskrevende varer, men det er kun byggevarer og hagesenter som er definert som plasskrevende varer iht. Plan og bygningsloven. Møbler og lignende er skilt ut som egen varegruppe i analysen, men må i praksis behandles på samme måte som utvalgsvarer i plansammenheng. Se nærmere om definisjon av plasskrevende handel i kapittel 2.5.

Omsetning i varehandelen defineres med bakgrunn i bransjekoder basert på NACE-standard, en internasjonal standard for registrering av private og offentlige virksomheter. Bruk av NACE-standard gjør det mulig å skille på omsetning for ulike varegrupper.

I handelsanalysen for Fyllingsdalen er følgende varegrupper benyttet⁴:

Detaljvarehandel

- Summen av 47 ekskl. 47.3 (drivstoff), 47.642 (fritidsbåter), 47.8 (torg) og 47.9 (postordre)
- 45.320 (bildeler/bilutstyr) og 45.402 (MC-utstyr/deler)

Dagligvarer

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
- 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger ekskl. 47.25 Butikkhandel med drikkevarer

Utvalgsvarer

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.25 Butikkhandel med drikkevarer (Vinmonopol)
- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.5 eksklusive "plasskrevende 1 og 2" (se under)
- 47.6 eksklusive 47.642
- 47.7 Annen butikkhandel i spesialforretninger, ekskl. 47.761 blomster

³ Detaljvarehandel er definert i NACE-kodesystemet: Detaljhandel omfatter virksomheter som driver salg av nye og brukte varer i eget navn og for egen regning, vesentlig til personlig bruk eller til private husholdninger, fra utsalgssted, fra torgplass, ved omførsel eller ved postordre/Internett. Her grupperes også virksomheter som driver auksjonshandel og kommisjonssalg ellers til privatpersoner og husholdninger, dvs. salg for annens regning i eget navn.

⁴ Basert på NACE 2007

Plasskrevende 1: Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr

- 47.523 Butikkhandel med fargevarer
- 47.531 Butikkhandel med tapeter, gulvbelegg
- 47.532 Butikkhandel med tepper
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater
- 47.591 Butikkhandel med møbler
- 47.599 Innredningsartikler ikke nevnt annet sted
- 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr

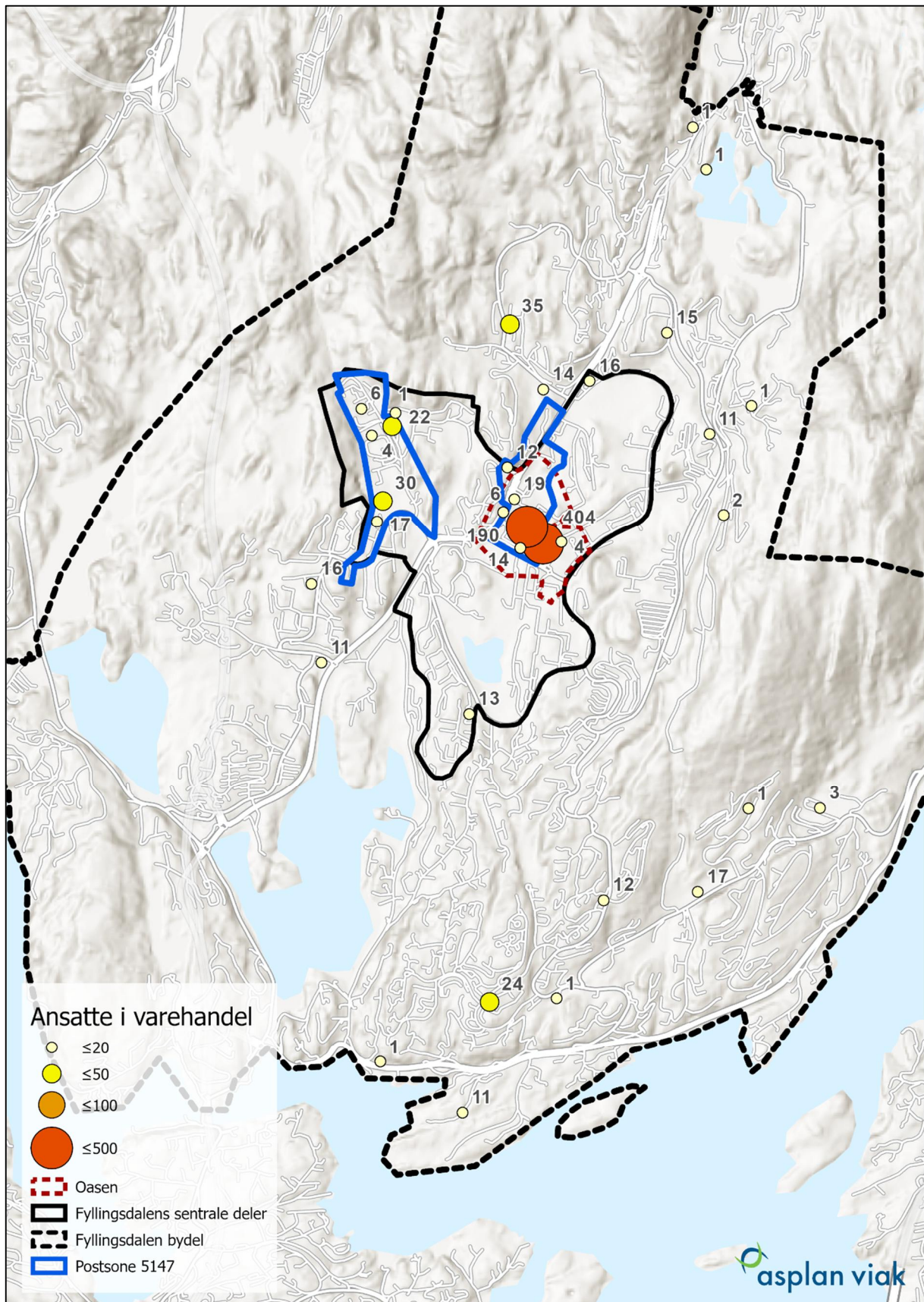
Plasskrevende 2: Byggvarer/Hagesenter

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggvarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggvarer ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter

Det er innhentet omsetningsstatistikk for Bergen kommune, de enkelte bydeler i Bergen, samt postzone 5147 *Fyllingsdalen* som dekker Oasen senter og Spelhaugen, se Figur 4-1.⁵ Som det framgår av figuren omfatter denne postsonen to områder som til sammen inneholder tilnærmet alle ansatte i varehandel innenfor området «Fyllingsdalens sentrale områder». I gjennomgangen av omsetningsstatistikken er postsonen derfor omtalt som Fyllingsdalens sentrale områder. Omsetningsstatistikken for Bergen kommune er eksklusive Flesland (taxfree-handel).

Blomsterbutikker og gartneriutsalg har samme NACE-kode (47.761), og lar seg ikke skille i omsetningsstatistikken. Bedriftsnavn kan til en viss grad benyttes for å skille blomsterbutikker og gartneriutsalg i bedriftsregisteret, noe som til dels kan forklare hvorfor det er registrert omsetning for Byggvarer/Hagesenter selv om bedriftsregisteret ikke har ansatte i denne kategorien innenfor planområdet.

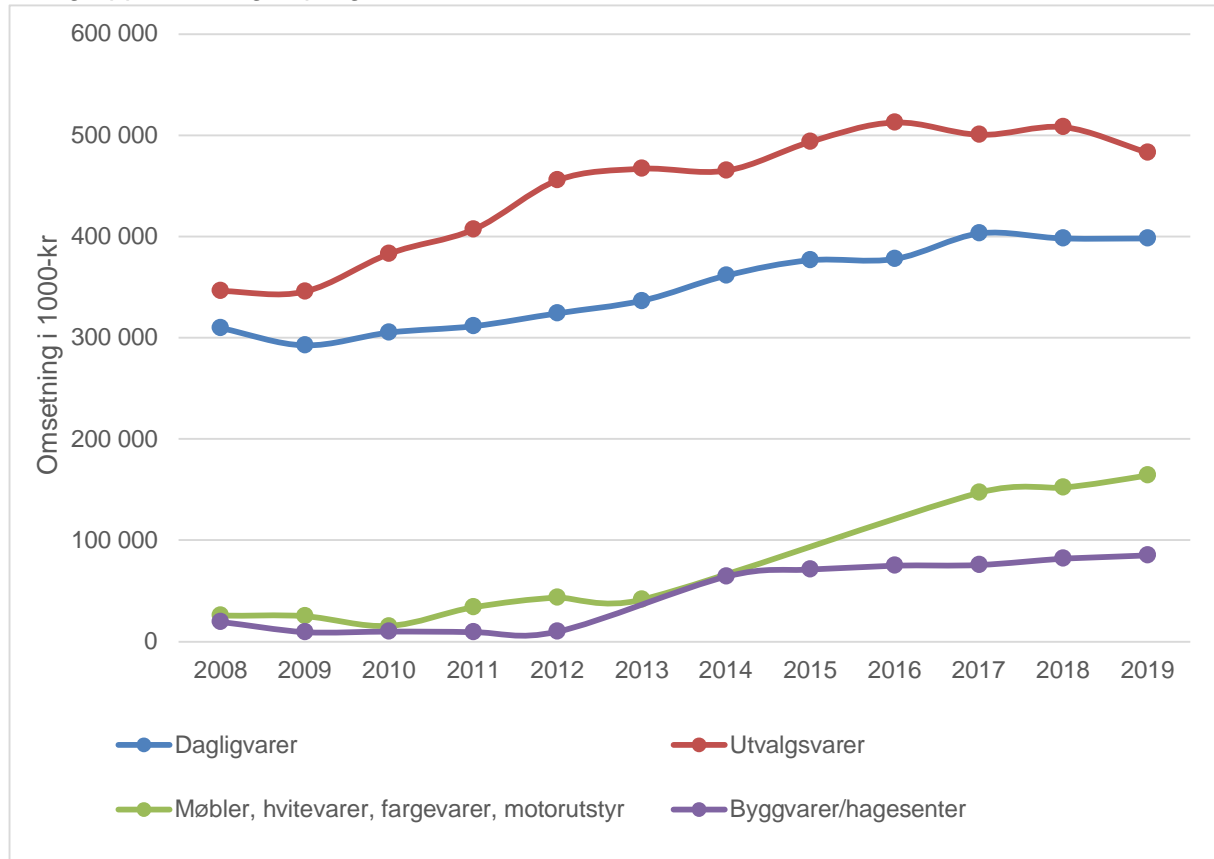
⁵ Grunnlag omsetningsstatistikk: SSB 2008-2019



Figur 4-1. Postzone 5147 Fyllingsdalen, del av grunnlag for handelsanalysen

4.2 Handelsutvikling

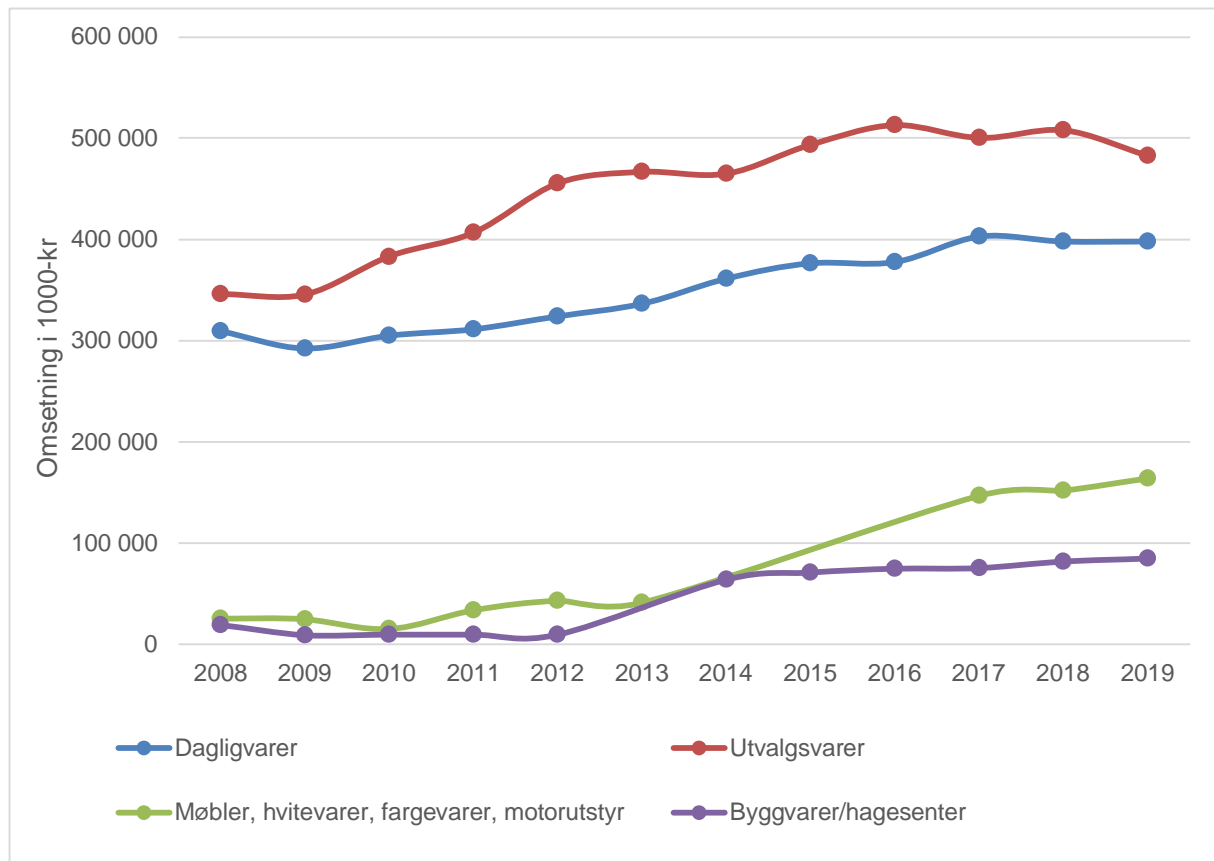
Omsetningsutvikling for perioden 2008-2019 viser en gradvis omsetningsvekst i Fyllingsdalens sentrale deler for både dagligvarer og utvalgsvarer fra og med 2009. Utviklingen flater ut mot slutten av perioden. Omsetning innenfor møbler/hvitevarer og bygg/hagesenter er langt lavere, men har hatt en relativt sett større vekst. Disse varegruppene er også preget av at de består av færre aktører. Se



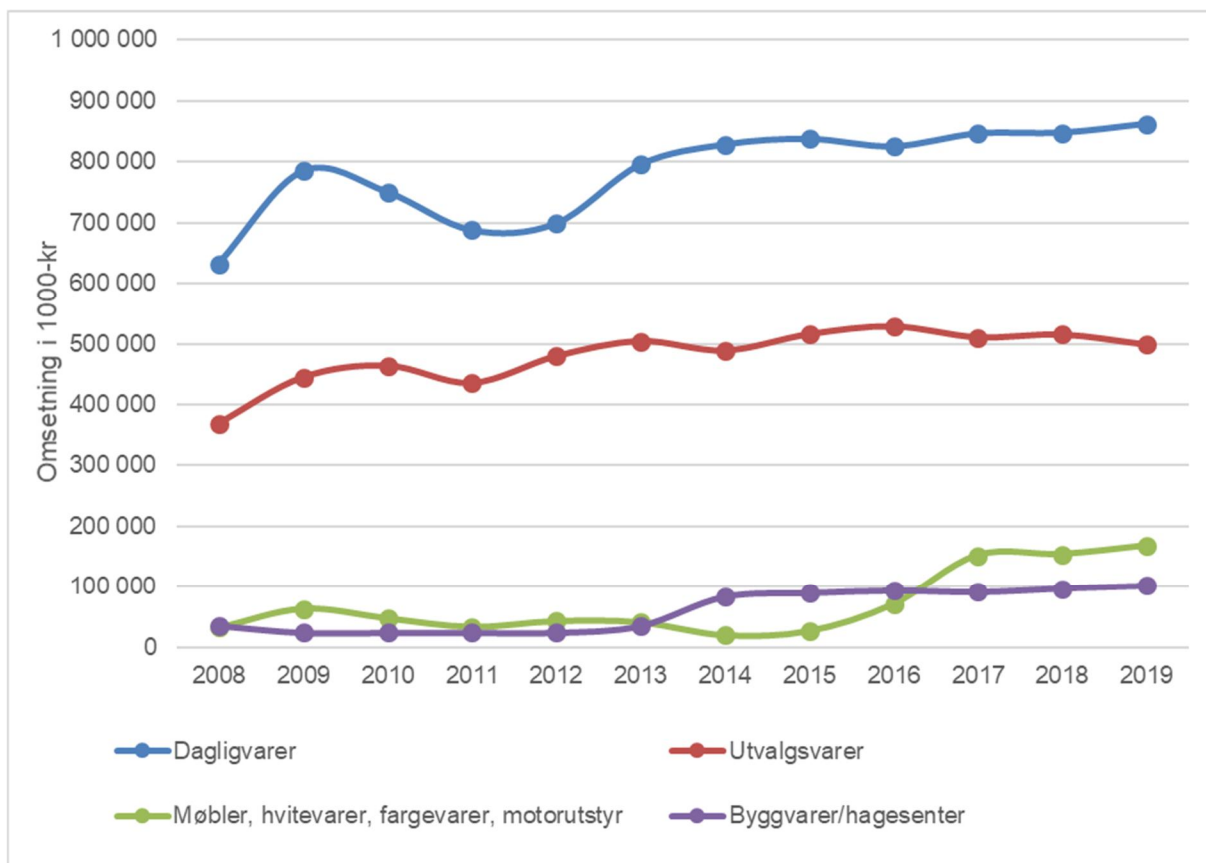
Figur 4-2.

For Fyllingsdalen bydel har det vært en mer variabel omsetningsutvikling for de enkelte varegrupper. Innenfor dagligvarer og utvalgsvarer var det store variasjoner tidlig i perioden, mens vi ser en stabilisering senere i perioden. For de plasskrevende varegruppene er situasjonen motsatt, med til dels sterk vekst i den siste femårsperioden. Se Figur 4-3.

I Fyllingsdalen bydel har Fyllingsdalens sentrale områder i underkant av 50 % av omsetningen for dagligvarer og over 95 % av omsetningen for utvalgsvarer.



Figur 4-2. Omsetningsutvikling for ulike varegrupper i Fyllingsdalens sentrale områder (postzone 5147 Fyllingsdalen). Omsetning i 1000 kr. Merk at de plasskrevende varegruppene begge har år uten markering, som betyr at det er for få aktører til at omsetningsstatistikk frigis. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 – 2019.

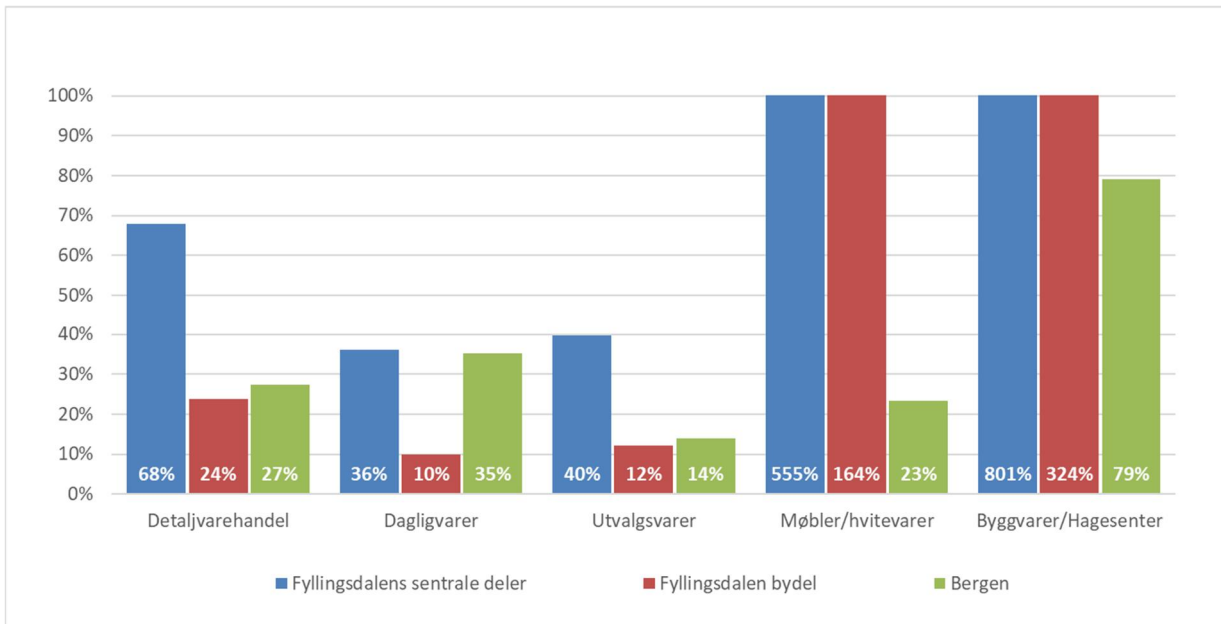


Figur 4-3. Omsetningsutvikling for ulike varegrupper i Fyllingsdalen bydel. Omsetning i 1000 kr. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 - 2019

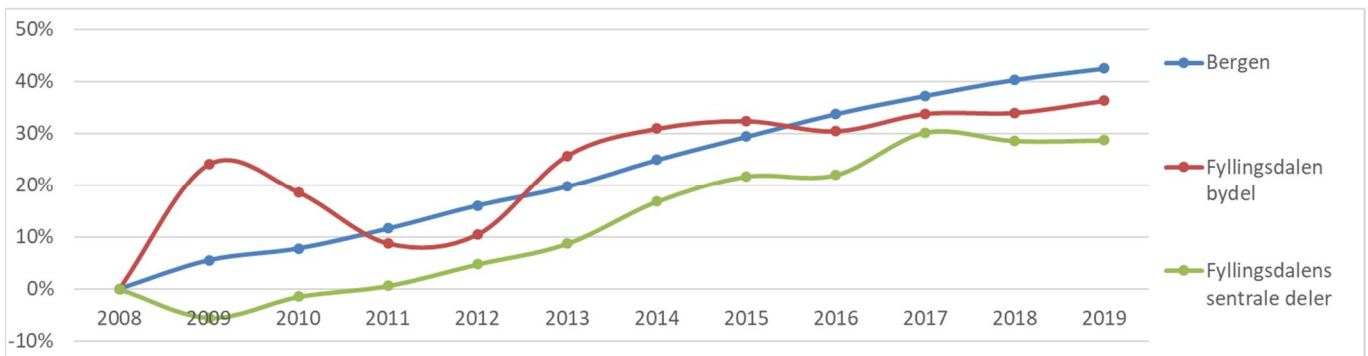
Samlet omsetningsvekst for perioden 2008-2019 viser at Fyllingsdalens sentrale deler har høyere relativ vekst for detaljvarer (all handel) enn Bergen kommune som helhet (eksklusive Flesland). For utvalgsvarer og møbler/hvitevarer har Fyllingsdalens sentrale områder og Fyllingsdalen bydel hatt en vesentlig større vekst enn Bergen kommune som helhet, men for dagligvarer og bygg/hagesenter har veksten vært større for Bergen kommune. Se Figur 4-4.

Det er relativt store variasjoner i den relative veksten fra 2008, både mellom de enkelte varegrupper og mellom hhv. Fyllingsdalens sentrale område, Fyllingsdalen bydel og Bergen kommune som helhet. Se **Feil! Fant ikke referanseilden.** - Figur 4-8.

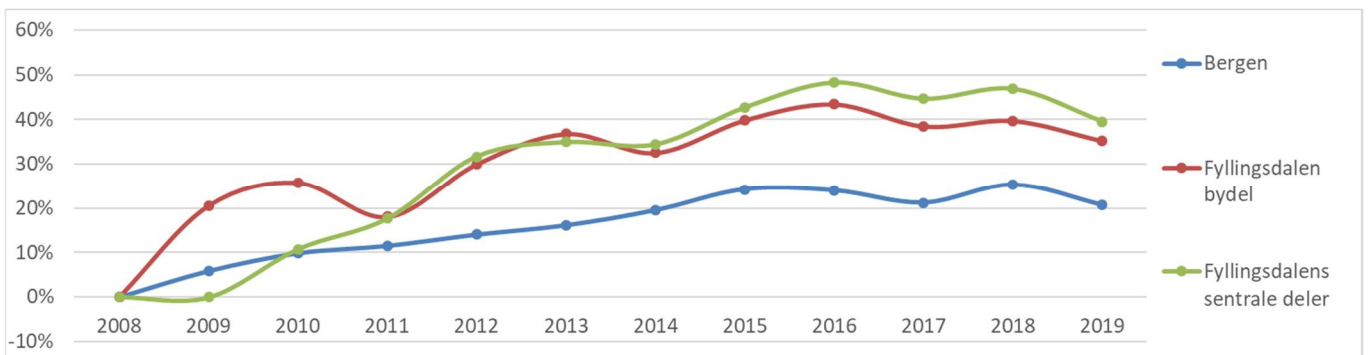
Handel med dagligvarer har vært stabil utviklingen de siste årene i perioden, etter en tidlig periode med svingninger innenfor Fyllingsdalen bydel. For utvalgsvarer har veksten i både bydelen og Fyllingsdalens sentrale områder vært høyere en tilsvarende for Bergen, men med store svingninger i omsetning. For de to resterende varegrupper har det vært store årlige svingninger, fra – 40 % til opp mot over 500 % omsetningsendring fra 2008, noe som sannsynligvis skyldes vekselvis nedleggelse og åpning av nye butikker. Når det er få aktører kan slike endringer gi store utslag i den årlige omsetningsutviklingen. Den «reelle» omsetningsutviklingen for disse varegruppene er således mer usikker.



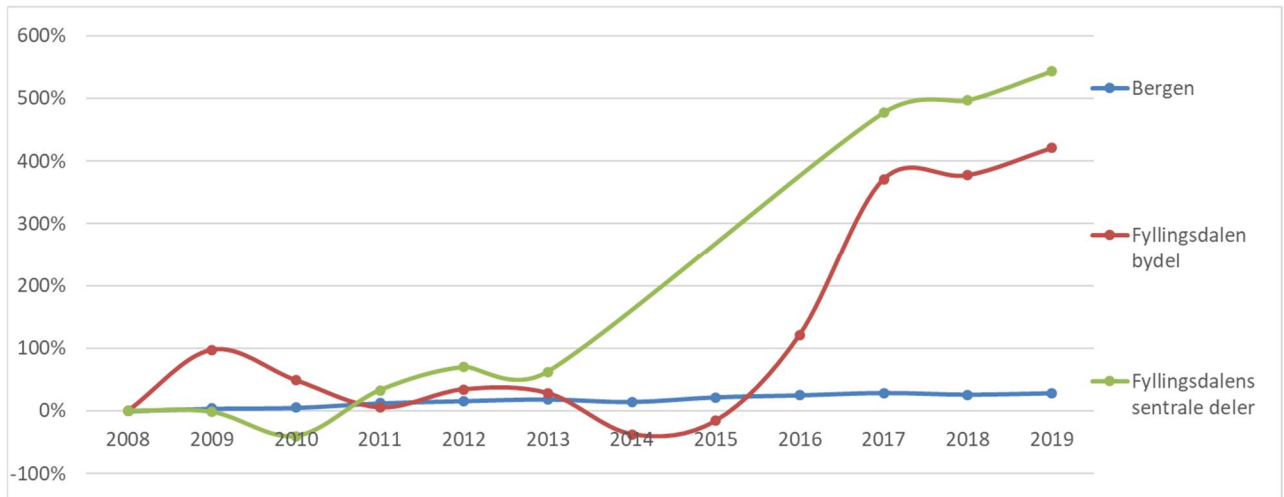
Figur 4-4. Samlet omsetningsvekst 2008-2019 for ulike varegrupper for hhv. Oasen senterområde, Fyllingsdalen bydel og Bergen kommune. Figuren er kuttet ved 100% for å få fram forskjeller i de store varegruppene. For de plasskrevende varegruppene, som i omsetning er mindre, har imidlertid den relative veksten vært svært høy, se etikett på de enkelte søylene. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 - 2019



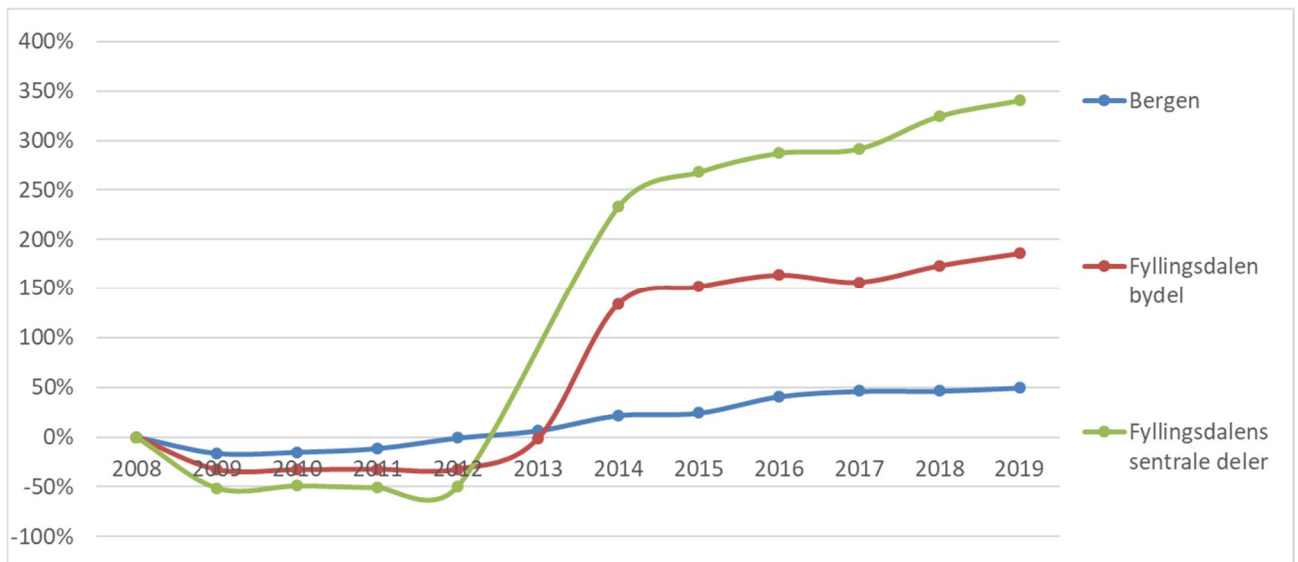
Figur 4-5 Relativ vekst fra 2008 - 2019, dagligvarer. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 – 2019.



Figur 4-6 Relativ vekst 2008 -2019, utvalgsvarer Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 – 2019.



Figur 4-7 Relativ vekst 2008 -2019, Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 – 2019.



Figur 4-8 Relativ vekst 2008 -2019, Byggevarer/hagesentre. Kilde: SSB, Omsetning for årene 2008 - 2019

4.3 Dekningsgrader

Dekningsgraden for varehandel er definert som forholdet mellom omsetning i en handelssone og samlet forbruk for bosatte i samme sone, uttrykt i prosent. Dekningsgrad er beregnet for ulike varegrupper etter følgende formel:

$$\frac{\text{omsetning i sonen}}{(\text{gjennomsnittlig forbruk pr person}) * (\text{antall bosatte i sonen})} * 100 \%$$

Det er i denne sammenheng sett på dekningsgrad for bosatte i ulike avstandssoner fra Oasen senter, for å kunne si noe om i hvilken grad Oasen fungerer som hhv. lokalsenter og bydelssenter. I tillegg er det beregnet dekningsgrad for Fyllingsdalen bydel og Bergen

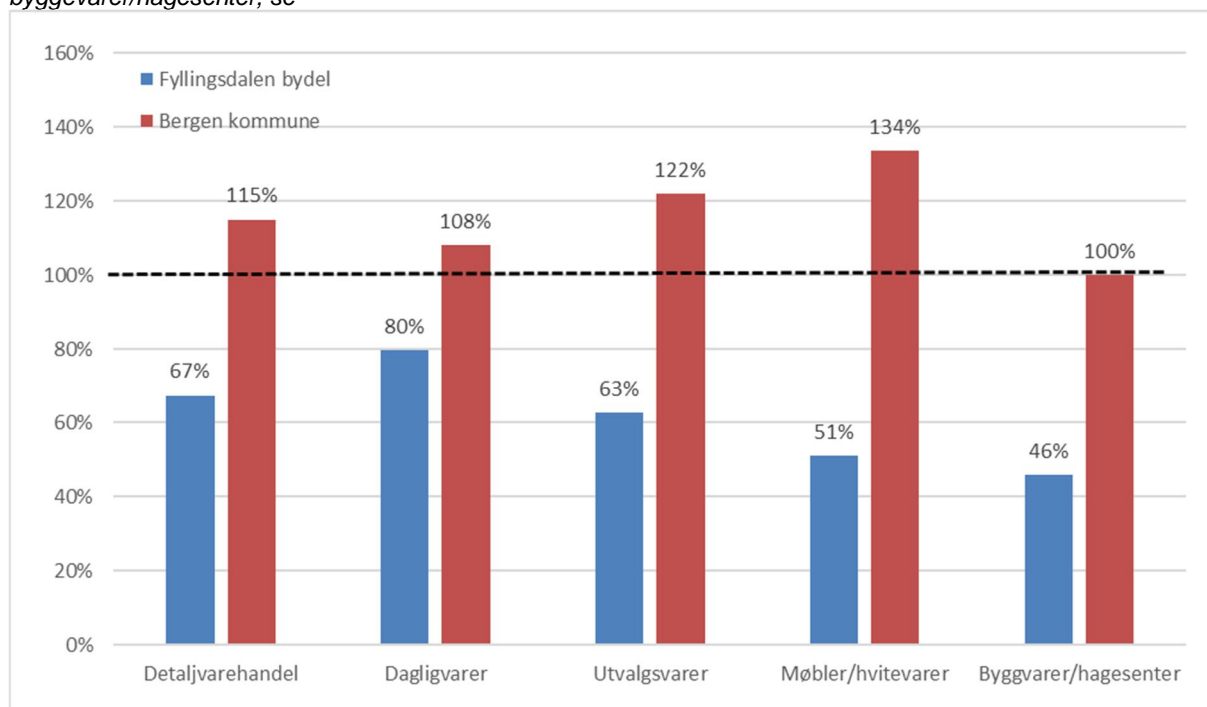
kommune sett under ett, basert på antall bosatte i henholdsvis bydelen og kommunen. Beregningene er gjort for omsetningstall og befolkningsmengder i 2018, begge med utgangspunkt i data fra SSB.

Beregning av dekningsgrad er basert på følgende beregnede nasjonale forbrukstall for 2018:

Tabell 4-1. Beregnede nasjonale forbrukstall for 2018. Forbruk i kr. pr person

Varegruppe	Forbruk kr. pr person
Detaljvarehandel	80 959
Dagligvarer	35 876
Utvalgsvarer	27 737
Møbler/hvitevarer	10 193
Bygg./Hagesenter	7 153

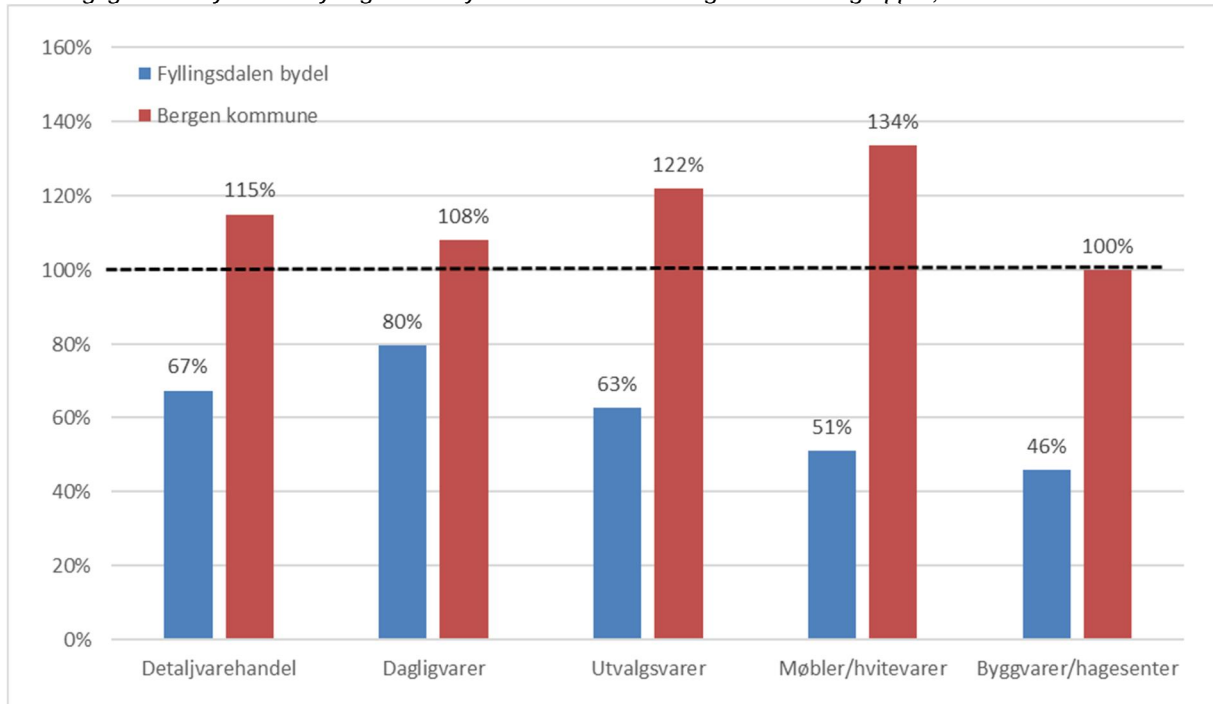
Dekningsgradsanalysen for Bergen viser overdekning for alle varegrupper med unntak for byggevarer/hagesenter, se



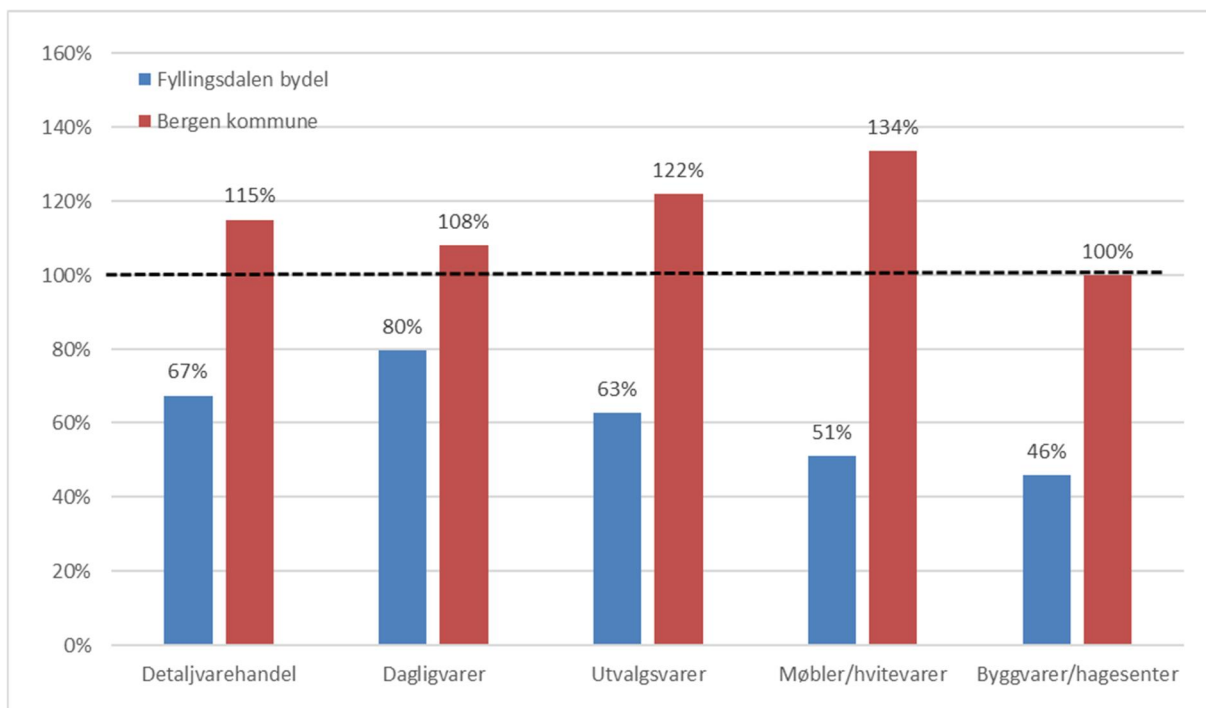
Figur 4-9. Dekningsgrader over 100 % er naturlig gitt Bergens rolle som regionalt handels- og servicesenter. Tidligere handelsanalyser har vist at overdekningen for Bergen i første rekke skyldes handelstilbudet i sentrum, og at det samtidig er underdekning for enkelte varegrupper i flere av bydelene⁶.

⁶ Handelsanalyse utarbeidet ifm. Regional areal- og transportplan for Bergensområdet. Asplan Viak 2014.

Dekningsgradsanalysen for Fyllingsdalen bydel viser underdekning for alle varegrupper, se



Figur 4-9. Dagligvarer er den varegruppen med størst reisemotstand for de handlende, og som således i første rekke henvender seg til et lokalt marked. En dekningsgrad på 80 % for denne varegruppen indikerer således et mulig uutnyttet handelspotensial i bydelen. Utvalgsvarer omfatter en rekke spesialiserte varer og butikker, hvor mange krever et relativt stort kundegrunnlag for å «gå rundt». Mye av dette finnes kun i Bergen sentrum og på de største kjøpesentrene i kommunene (Lagunen og Åsane senter). Det er således ikke å forvente at Fyllingsdalen skal ha full egendekning for denne varegruppen. De samme forutsetningene gjelder også, om enn i enda større grad, for møbler/hvitevarer og byggvarer/hagesenter hvor dekningsgraden for Fyllingsdalen bydel kun ligger på 15-19 %.



Figur 4-9. Dekningsgrad for hhv. Fyllingsdalen bydel og Bergen kommune Kilde: SSB, Omsetning og befolkningsmengde 2018

Innenfor området definert som Fyllingsdalens sentrale deler er det ca. 5620 bosatte og 6 140 arbeidsplasser. Dette er omtrent samme antall som innenfor 1 km gangavstand fra Oasen senter. Det er nærmere 17 000 bosatte og 10 000 arbeidsplasser innenfor 2 km gangavstand.

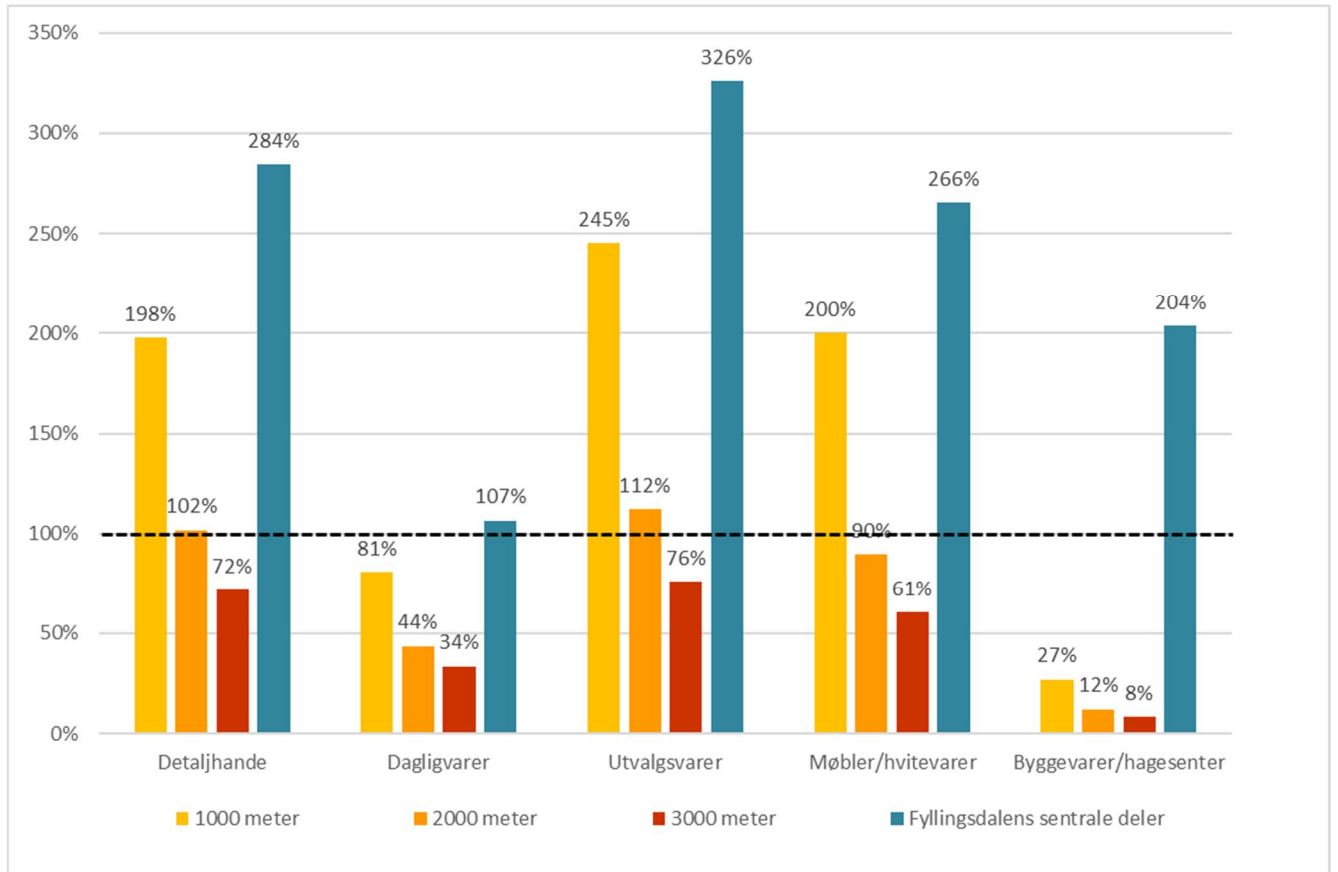
Tabell 4-2 Befolkning (2019) og ansatte (2020) i ulike områder og avstander fra Oasen senter

Område/avstand fra Oasen senter	Befolkning	Ansatte
0 - 500 m	3 453	4 912
0 - 1000 m	7 464	7 061
0 - 2000 m	16 614	9 582
0 - 3000 m	24 602	10 463
Fyllingsdalens sentrale deler	5 622	6 137
Bydel Fyllingsdalen	29 625	11 779

Det kan antas at primærmarkedet for dagligvarer og utvalgsvare for Oasen senterområder ligger innenfor 1-2 km.

Beregning av dekningsgrad i ulike avstander fra Oasen senter viser overdekning, 245% for utvalgsvare for bosatte innenfor 1 km, mens det er en underdekning, 81% for dagligvarer innenfor samme avgrensning. Det er tilnærmet samme befolkningsgrunnlag og dekningsgrad som innenfor planavgrensningen. Når avstanden øker til 2 km synker dekningsgraden for dagligvarer til 44 %, mens utvalgsvare ligger på 112 %.

Gjennomgangen viser at det kan være grunnlag for å utvide dagens handelstilbud i Oasen senterområde, i første rekke innenfor dagligvarer. Dersom det legges til grunn at Oasen senterområde i størst mulig grad skal dekke handelsetterspørselen i Fyllingsdalen bydel vil det også være et visst grunnlag for å utvide handelstilbudet innen utvalgsvarer.



Figur 4-10. Dekningsgrad i ulike avstander fra Oasen

5 UTBYGGINGSPOTENSIAL

Bakgrunn

Utbyggingspotensialet for nytt handelsareal i sentrale deler av Fyllingsdalen vil avhenge av hvordan en definerer handelsområdet til senterområdet. Utbyggingspotensialet vil også avhenge av hvilke varegrupper en ser på.

Det er sett både på utbyggingspotensial for å demme opp for dagens handelslekkasje ut av bydelen og potensial for å imøtekomme forventet befolkningsvekst.

Beregningene er basert på følgende forutsetninger:

- Dagens situasjon og innbyggertall i Fyllingsdalen bydel (29 625 bosatte)
- 100 % egendekning for dagligvarer og utvalgsvarer i bydelen
- 50 % egendekning for møbler, hvitevarer mm og byggvarer/hagesenter i bydelen
- 2 m² handelsareal for detaljvarer pr bosatt
- Potensielt handelsareal er fordelt på ulike varegrupper basert på dagens forholdstall for omsetningen for de enkelte varegrupper, som gir 34 % dagligvarer, 34 % utvalgsvarer, 13 % møbler/hvitevarer mm og 9 % byggvarer/hagesenter
- Differansen mellom dagens dekningsgrad og hhv. 100 % eller 50 % dekningsgrad gir estimert utbyggingspotensial for de enkelte varegrupper

50 % egendekning for hhv. møbler, hvitevarer mm og byggvarer/hagesenter er basert på at det er til dels store variasjoner mellom ulike aktører i disse varegruppene med hensyn til størrelse/omsetning og om de henvender seg til et lokalt eller regionalt marked. Det er derfor lagt til grunn at forretninger i disse varegruppene i større eller mindre grad vil basere seg på å betjene kundemarkedet innenfor Fyllingsdalen, samtidig som at det kan opptre forretninger som i større grad har hele Bergen som markedsområde.

Utbyggingspotensial dagens situasjon

Dersom det legges til grunn dagens innbyggertall og at handelstilbudet i Oasen senterområde skal bidra til 100 % dekningsgrad i Fyllingsdalen bydel for hhv. dagligvarer og utvalgsvarer, og 50 % for hhv. møbler, hvitevarer mm. og byggvarer/hagesenter kan det etableres følgende handelsarealer:

- Dagligvarer: 5 000 m²
- Utvalgsvarer: 8 000 m²
- Møbler, hvitevarer mm: 0 m²
- Byggvarer/hagesenter: 100 m²
- Til sammen: 13 100 m²

Omfanget av dagligvarer kan eventuelt fordeles nærmere i bydelen dersom det er større boligområder med manglende tilbud i dag (dette er ikke undersøkt i analysen).

Utbyggingspotensial fremtidig situasjon

Frem mot 2030 er det forventet en befolkningsvekst i Bergen kommune på totalt 5,6% (kilde SSB, MMMM 2018). Dersom Fyllingsdalen følger samme utviklingstakt som resten av kommunen vil det kunne bo 31 300 personer i bydelen i 2030, som gir en samlet vekst på ca. 1670 nye bosatte.

Dersom en legger forutsetningen om 2 m² nytt handelsareal pr ny bosatt til grunn vil det frem mot 2030 være behov for opp mot ytterligere 3 300 m² handelsareal.

Fordelingen mellom de enkelte varegrupper må avklares underveis i planarbeidet.

Det presiseres at beregning av fremtidig arealbehov til handel er beheftet med stor usikkerhet, spesielt når en ser langt frem i tid. For i størst mulig grad å sikre at størrelsen handelstilbudet i Fyllingsdalen er tilpasset lokal kjøpekraft på bydelsnivå, anbefales at det fremtidig utbyggingsbehov sees i et tidsperspektiv med relativt høy sikkerhet for forventet befolkningsvekst, for eksempel 5-10 år av gangen.