



Analyse af Bilka's oplandseffekt i dagligvaresektoren

September 2015

VIDEN TIL VÆ



Analyse af Bilkas oplandseffekt i dagligvaresektoren

Vi har analyseret oplandseffekten for Bilka'er etableret siden 1989. Dette er gjort ved at definere 3 oplande omkring hver Bilka med henholdsvis 5, 10 og 15 km radius.

Med udgangspunkt i dansk butiksregister for perioden 1988-2015 har vi beregnet følgende relative indekstal for hver Bilka i hvert opland:

Indeks for udvikling i butiksantal:

- Udviklingen for antal dagligvarebutikker i oplandet sammenlignes med regionens udvikling i samlet butiksantal. Basis for indeksberegningen er året før, Bilka blev etableret, og vi beregner indekset 5 år efter. (Bilka Hillerød er etableret i 2012, så her er det 4 år efter).
- Et indeks under 100 betyder, at der i forhold til regionsudviklingen er relativt færre butikker tilbage i Bilkas opland, dvs. at butiksdøden er større end regionens.
- Et indeks over 100 betyder, at der i Bilkas opland er relativt flere butikker tilbage end udviklingen i regionen, dvs. at butiksdøden har været mindre i Bilkas opland.

Indeks for udvikling i dagligvareomsætningen i løbende priser:

- Udviklingen for Bilkaoplandets samlede dagligvareomsætning sammenlignes med tilsvarende udvikling i regionens samlede dagligvareomsætning. Basis for indeksberegningen er året før, Bilka blev etableret, og vi beregner indekset for år 5.
- Et indeks langt over 100 viser, at Bilka har haft en oplandeffekt.
- Bilka's omsætning omfatter i vore beregninger alene dagligvareomsætningen, hvilket skønsmæssigt er ca. 70 % af Bilka's samlede omsætning i 2015.
- Vi har beregnet disse omsætningsindeks henholdsvis med Bilka'ens egen omsætning og uden Bilka'ens omsætning. Dette for at illustrere i hvilket omfang de øvrige dagligvarebutikker i oplandet har haft fremgang eller tilbagegang.

Resultater

Butiksdød

Figur 1-3 viser for hver oplandsradius indeksene for udviklingen i butiksantal for hver af de 11 Bilka'er, der er etableret siden 1989.

Hver Bilka har sin særlige historie; nogle har udspring i en A-Z, Hillerød er etableret i de samme lokaler, hvor Obs/Kvickly Extra lukkede. Nogle Bilka'er ligger i bymidten andre udenfor byen.

Den stiplede linje på hver af figurerne 1-3 viser det simple gennemsnit for de 11 Bilka'er. Det ses, at uanset om oplandet defineres til 5, 10 eller 15 km, så ligger indekset meget tæt på 100.

Konklusionen er således, at Bilkaetableringerne, gennemsnitligt set, ikke har medført en butiksdød, der er større end regionsudviklingen. Men der er, som det ses på figur 1-3, stor variation og en tendens til, at hovedparten med indeks under 100 er Bilka'er udenfor bymidten.



Omsætningseffekt

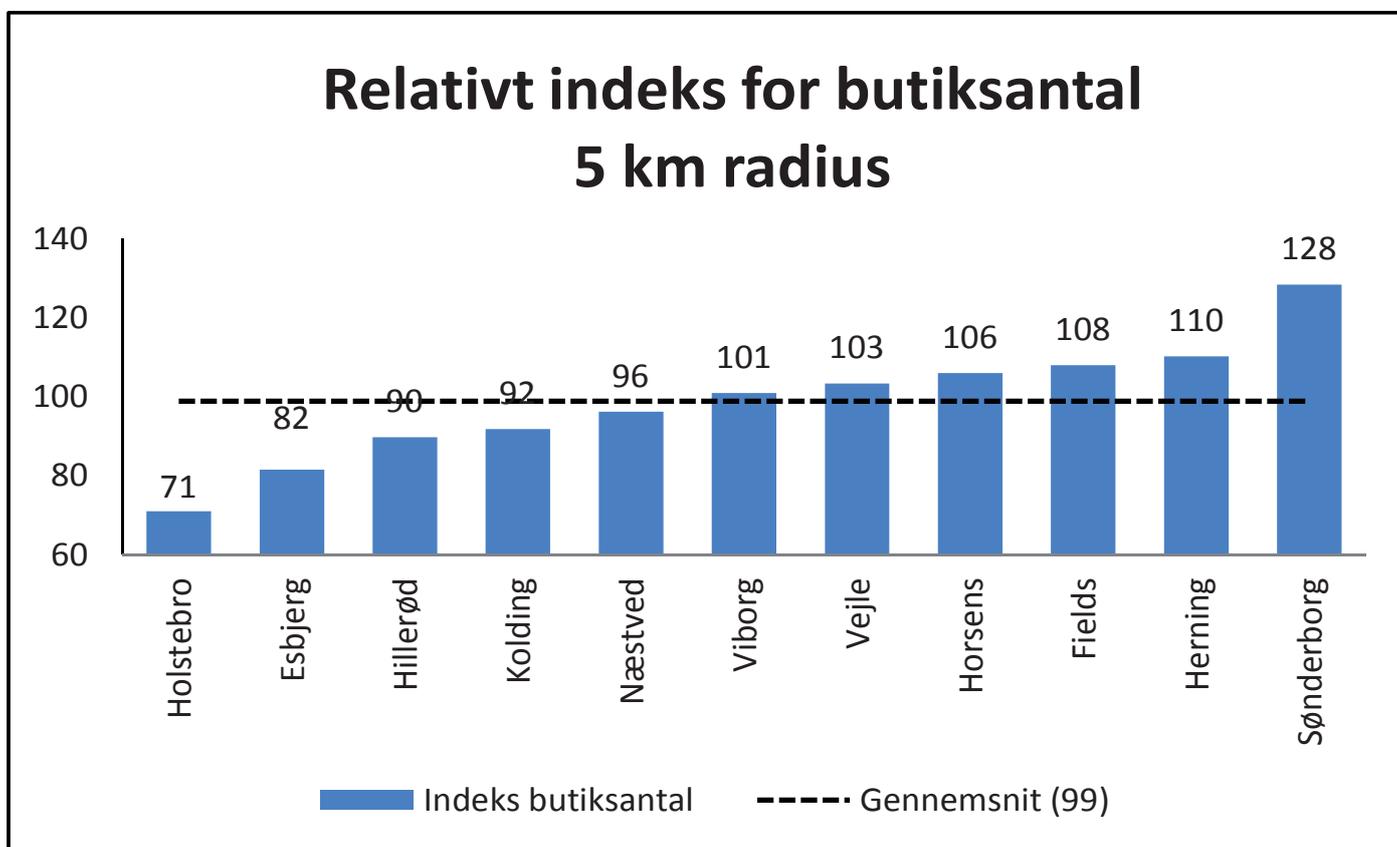
Vi har illustreret effekterne af Bilkaetableringer i figur 4-6.

Det ses tydeligt af de blå søjler, at Bilkaetableringer har en betydelig omsætningseffekt i oplandet, idet indekset for de 11 Bilka'er i gennemsnit er 117 inden for 5 km, 111 indenfor 10 km og 107 indenfor 15 km (den stiplede blå linie på figur 4-6).

Fjerner vi den enkelte Bilka's omsætning fra såvel opland som region, så viser de røde stiplede linier på figur 4-6, at indeksene typisk falder til langt under 100, hvilket betyder, at den øvrige dagligvarehandel samlet set har tabt omsætning til den nyetablerede Bilka.

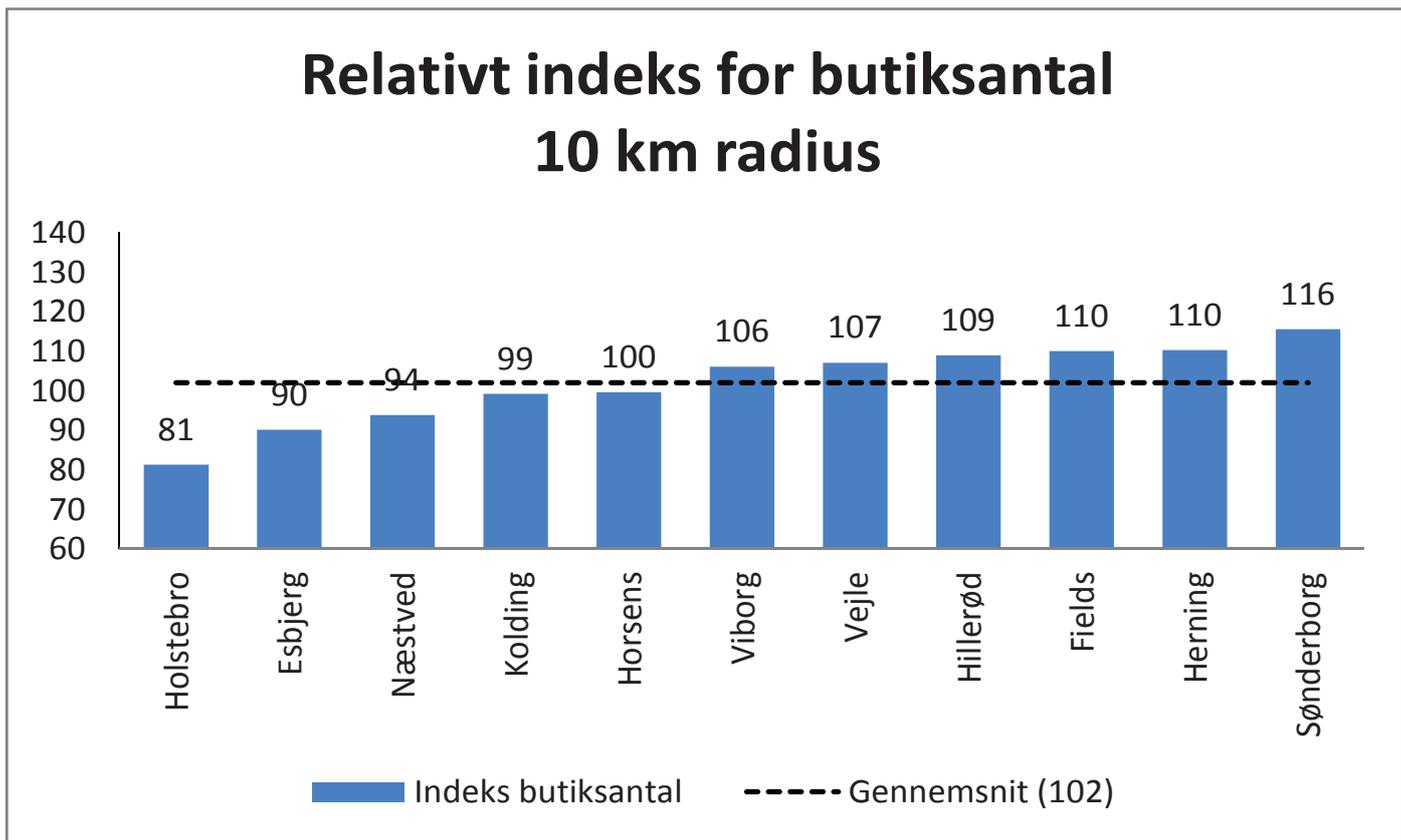
Konklusionen er således, at Bilka har en oplandseffekt, der øger oplandets omsætning markant, men at det alene er Bilka selv, der får glæde af væksten.

Figur 1

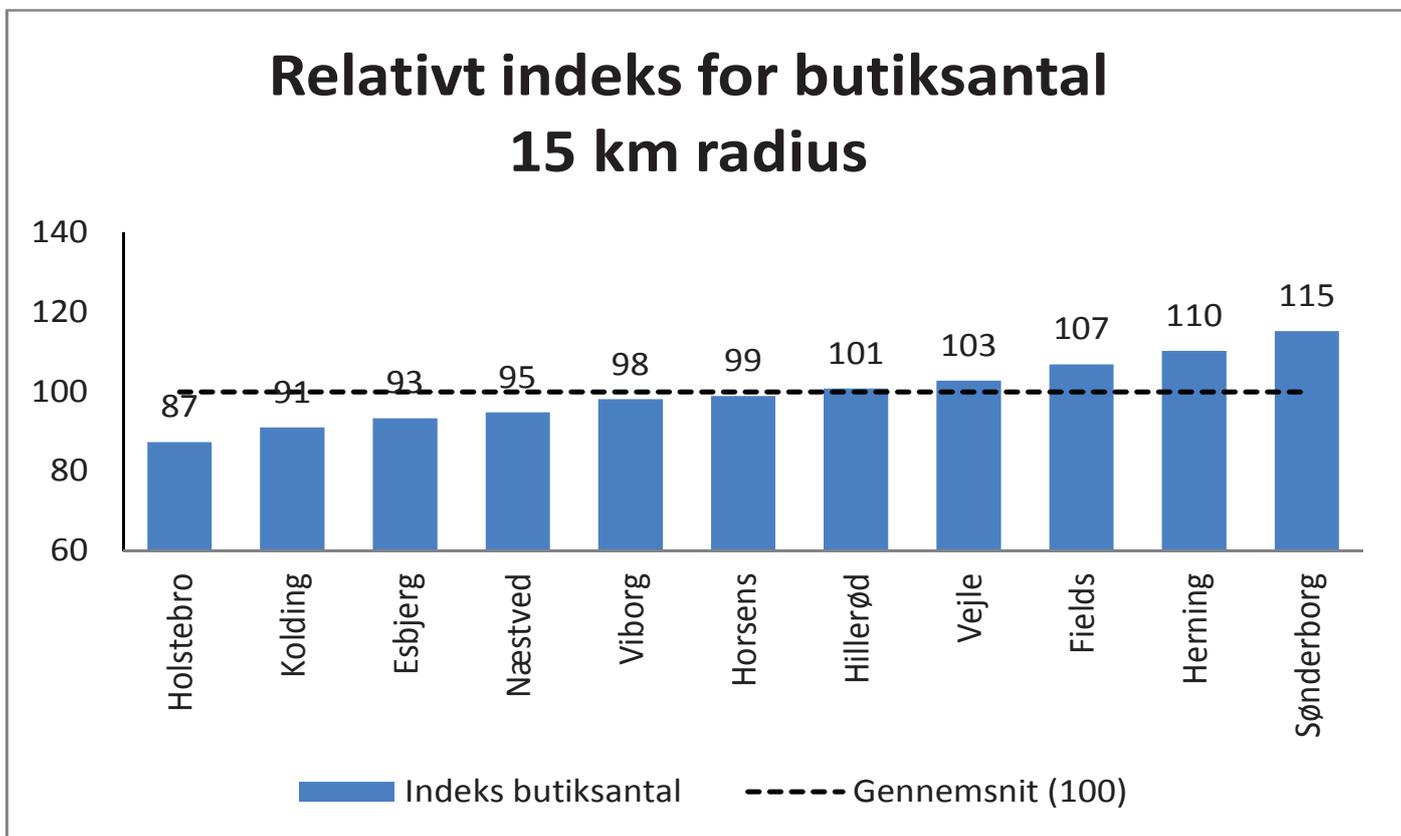


Sønderborg's Indeks på 128 skal ses i lyset af, at oplandet er mindre end de øvrige byers opland. Det vil sige at der i den 5 års periode er etableret 2 butikker mere. Holder man Sønderborg udenfor gennemsnitsberegningen, er gennemsnittet for de øvrige byer 96

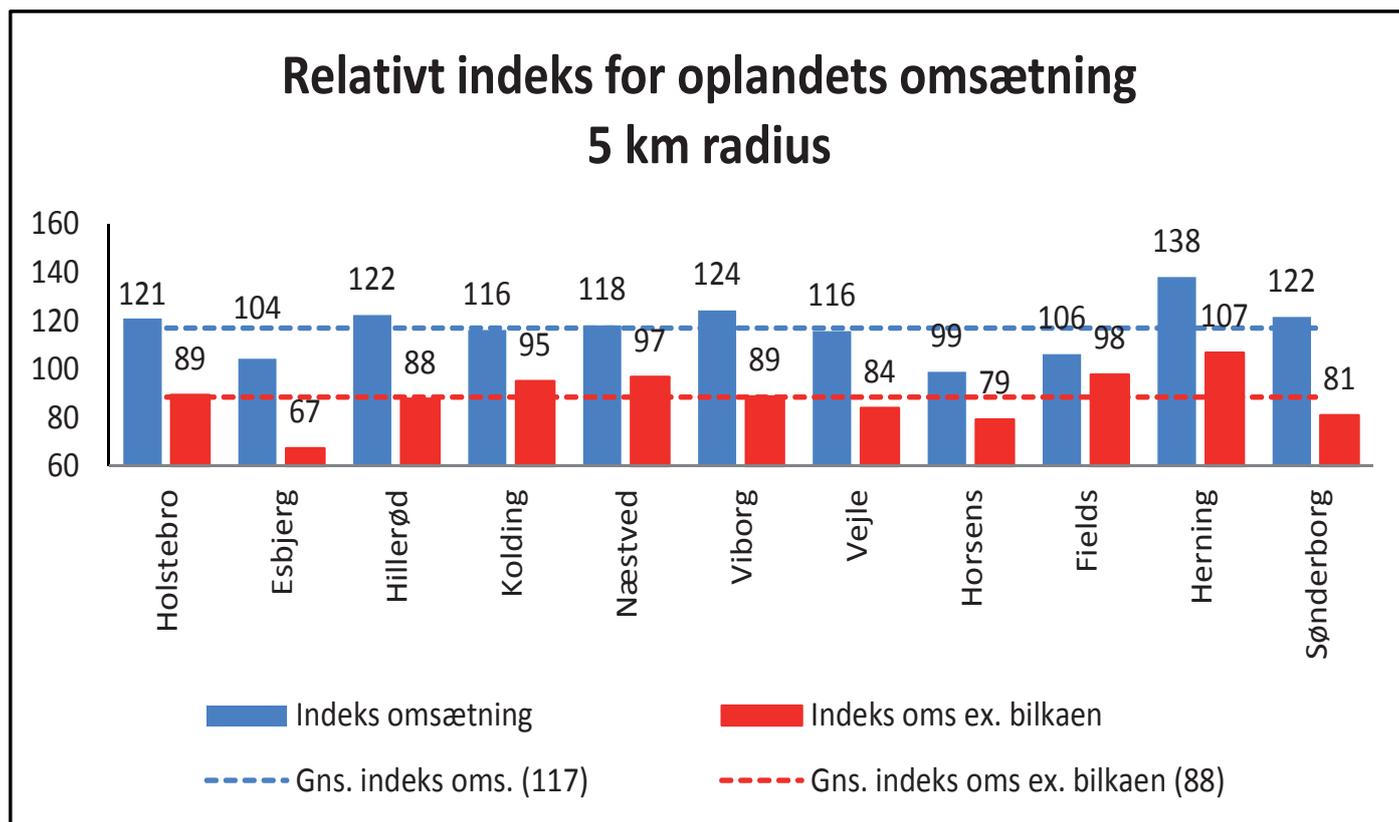
Figur 2



Figur 3



Figur 4

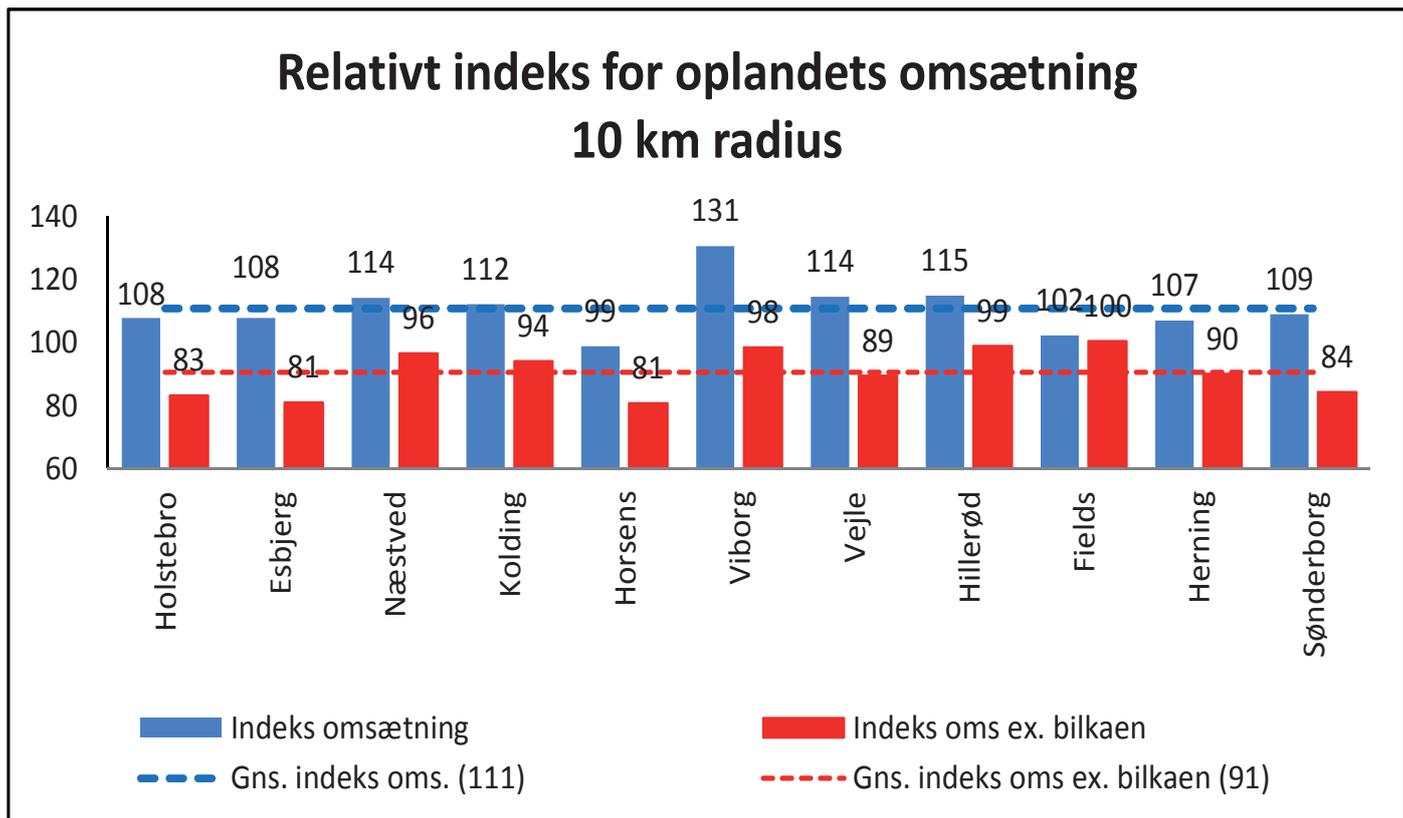


Ovenstående figur viser omsætningen indekseret i oplandet i forhold til regionen 5 år efter etableringen af bilkaen. Den blå søjle viser f.eks. i Vejle indeks 116, når man måler 5 km rundt om Bilka'en i forhold til regionen (Region Syddanmark i dette tilfælde). Det vil sige, at omsætningen er steget 12% mere i oplandet end regionens gennemsnit.

Tager man den røde søjle, er Vejles indeks 84. Dette betyder, at de øvrige butikker i oplandets omsætning (altså eksklusiv Bilka'en) ikke har haft nær den samme udvikling i omsætningen som regionen som helhed.

Tager man de gennemsnitlige indeks for samtlige Bilka'ers oplande på 5 km, kan man se, at det ligger på 117. Altså har oplandene klaret sig væsentligt bedre end landet som helhed, når Bilka'ernes egen omsætning medregnes. Tager man derimod Bilka's egen omsætning ud af oplandene, ser man, at det gennemsnitlige indeks for de øvrige butikker i oplandene ligger på 88.

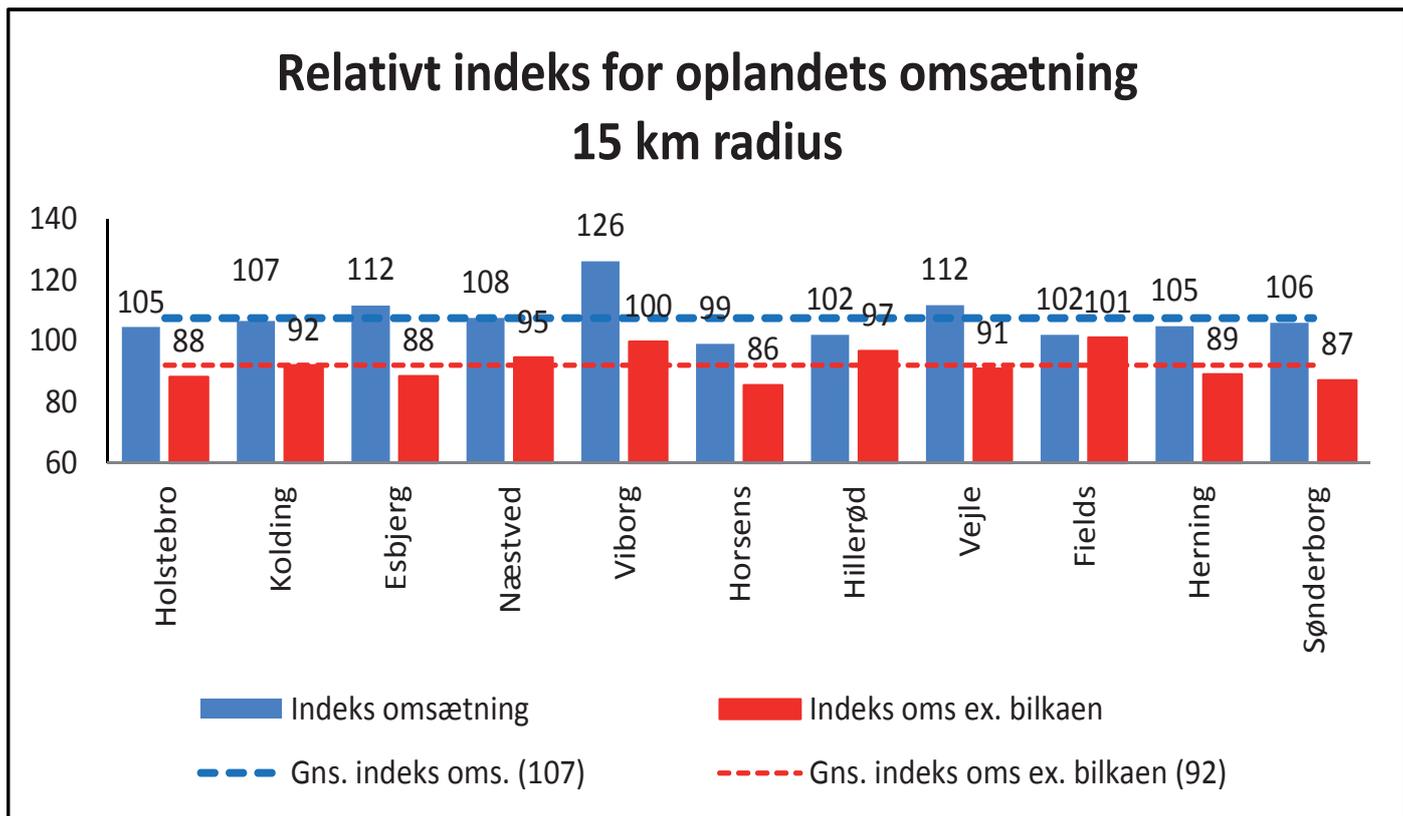
Figur 5



Figur 5 viser udviklingen i oplandene omkring Bilka'erne på 10 km.

Tager man Viborg som eksempel, viser udviklingen i omsætningen i oplandet et indeks på 131 (den blå søjle). Ser man derimod på den røde søjle, ser man, at omsætningen for de øvrige butikker (altså eksklusiv Bilka'en), at indekset ligger på 98. Dette betyder, at det alene er Bilka'ens omsætning, der genererer et indeks over 100. Dette gør sig gældende for samtlige byer.

Figur 6



I figur 6 er beregningerne foretaget på 15 km opland. Det ses her, at forskellene på omsætningsindeksene bliver mindre jo større oplande der beregnes på. Ser vi på Hillerød som eksempel, kan vi her se, at oplandet har et indeks på 102, når vi medtager Bilka's egen omsætning (den blå søjle), og fjerner vi Bilka's egen omsætning, ligger de øvrige butikkers indeks på 97, hvilket vil sige, at de øvrige butikker næsten ligger på niveau med regionen som helhed.