



Detailhandelsanalyse

til brug i Detailhandelsredegørelse 2025

29.08.2025



1. Baggrund

Denne rapport sammenfatter resultatet af en analyse af detailhandlens udvikling på Fyn med særlig fokus på udviklingen i de 35 byer på Fyn. På næste side vises, hvilke byer der indgår i undersøgelsen. Vi betragter de 35 byer som 'modelbyer', der tilsammen repræsenterer et bredt udsnit af bytyper og -størrelser i Danmark.

Opgaven er løst med det formål at understøtte Plan- og Landdistriktsstyrelsens udarbejdelse af den kommende redegørelse for kommunernes planlægning for detailhandel.

Analysen er udarbejdet af COWIs eksperter inden for detailhandel og kommerciel byudvikling, der også har udarbejdet de tidligere analyser¹. Derfor skal denne analyse ses som en opdatering af disse, og på den måde opnås mulighed for at perspektivere udviklingen over tid.

Analysen er gennemført i foråret 2025 og baserer sig dels på analyseresultater fra nyere detailhandelsanalyser i de enkelte kommuner og dels på nye registreringer udført i de byer, der vurderes ikke at have et validt datagrundlag. COWIs registrering er gennemført i april 2025 ved besigtigelse i de udpegede byområder. Metoden er nærmere beskrevet på side 4.

Detailhandelsanalysens resultater er beskrevet på de kommende sider, hvor de primære observationer og konklusioner præsenteres i tekst, tabeller og diagrammer både for udviklingen i kommunerne samt i de 35 modelbyer. Understøttende tabeller mv. indgår som bilag bagest i dette analysedokument.

¹ Analyserne er udarbejdet af Institut for Centerplanlægning, ICP, der blev opkøbt af COWI i 2022. ICP er herefter en del af COWI-brandet.

Ud over selve detailhandelsanalysen har COWI også udarbejdet et notat, der beskriver den aktuelle udvikling af butikskoncepter i Danmark, der lige som selve analysen kan understøtte Plan- og Landdistriktsstyrelsen i arbejdet med den fremtidige rammesætning for detailhandlen. Notatet udgøres af et selvstændigt dokument.

Indhold

1. Baggrund	2
2. Analysemetode	4
3. Konklusion	7
4. Detailhandelsudviklingen i kommunerne	11
5. Detailhandelsudviklingen i de 35 modelbyer	25
6. Befolkningsudviklingen	33
7. Turismens betydning	34
8. Bilag –udviklingen i de 35 bymidter	35



De 35 modelbyer på Fyn

Fyn, 35 modelbyer

2. Analysemetode

Nedenfor gives en kort introduktion til metoden, herunder dataindsamlingen og definitioner i detailhandelsanalysen.

Periodisering

Analysen baseres på historiske tal fra perioden 1999-2014 udvidet med nyere registreringer fra perioden 2014-2025. I de 35 modelbyer er ligeledes data alene på antallet af butikker for 2019.

Opgørelse af butikker

Alle butikker i modelbyerne er registreret i forbindelse med rekognosceringer i forbindelse med udarbejdelsen af detailhandelsanalyser for kommunerne. Enkelte byer er blevet registreret i april 2025, fordi det er vurderet, at data var mangelfuld eller ikke tidssvarende.

Herunder opgøres tidspunktet for indsamlingen af data i de berørte kommuner, der indgår i analysen:

Langeland	2019
Ærø	2021
Assens	2022
Odense	2022
Middelfart	2024
Svendborg	2024
Faaborg-Midtfyn	2025
Kerteminde	2025
Nordfyn	2025
Nyborg	2025

Butikkerne er registreret med navn, adresse og branchegruppe.

I opgørelse af tallene for analysen er antallet af butikker og areal beskrevet som tal fra 2025, mens omsætningen er beskrevet som for 2024. For så vidt angår Odense, Assens, Ærø og Langeland er opgørelserne teknisk set et andet år, men det vurderes i den store sammenhæng ikke at have betydning for de overordnede konklusioner.

Branchegrupper

Alle butikker er overordnet kategoriseret inden for dagligvarer (DV) og udvalgsvarer (UV) samt butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper (SPV).

Dagligvarebutikkerne er discountbutikker (Netto, Lidl, Rema1000, Coop 365), supermarkeder (SuperBrugsen, MENY m.fl.), og varehuse (Kvickly, Føtex) samt hypermarked (Bilka). Desuden indgår mindre butikker som kolonialbutikker, minimarkeder, døgnkiosker, kiosker på tankstationer, og tobaksforretninger samt fødevarer specialbutikker som bagere, slagtere og ostehandlere. Endelig er der andre dagligvarebutikker som parfumerier, herunder f.eks. Matas og Normal.

Udvalgswarebutikker er butikker, der f.eks. forhandler tøj, sko og andet fodtøj, køkkenudstyr og gaveartikler, hjemmeelektronik, hårde hvidevarer m.v., smykker, optik, legetøj mv.

Butikker til særlig pladskrævende varegrupper, er i planloven defineret som butikker der sælger varer, der i sig selv er store og på grund af deres størrelse eller karakter ikke hensigtsmæssigt kan placeres i bymidter eller bydelscentre, uden at det skader det eksisterende bymiljø. Det er for eksempel butikker som forhandler biler, både og havebrugsvarer. I analysen er møbelbutikker som udgangspunkt kategoriseret som udvalgswarebutikker, mens byggemarkeder er medtaget i gruppen af butikker med særlig pladskrævende varegrupper. Inden for butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, er det i denne analyse alene enheder, der har et egentligt, større salgslokale, der er medtaget med deres bruttoareal i denne opgørelse. Således er f.eks. bilforhandlere med et mindre kontor og et uoverdækket p-areal til biludstilling ikke medtaget. Dette var også tilfældet i tidligere rapporter.

Areal

Bruttoarealet defineres, som det er defineret i planloven. Således omfatter det alle salgsarealer og arealer til brug for produktion og/eller opbevaring af varer eller remedier, der er nødvendige for butiksdriften, herunder salgsarealer, produktionsarealer, lagerlokaler, teknikrum, kølerum og lignende.

Butikkernes bruttoetageareal er opgjort i kommunernes detailhandelsanalyse i forbindelse med besøg i de enkelte butikker. For så vidt angår opdateringen af data i april 2025 er arealerne for de enkelte butikker vurderet i forhold til de oplysninger, der foreligger fra de seneste detailhandelsanalyser i de enkelte kommuner. Hvor der er tale om nye butikker eller udvidede

butikker, er der foretaget en ny vurdering af bruttoarealet, samt i enkelte tilfælde foretaget en kontrol i forhold til tilgængelige BBR-oplysninger.

Omsætning

Tal for butikkernes omsætning i detailhandelsanalyserne for kommunerne på Fyn er indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksdrevende. Omsætningen er alene salg ud af den enkelte fysiske butik til private, hvorfor eventuel e-handel ikke indgår i omsætningen.

For butikker, der har aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandel, er den del af omsætningen fratrasket, da det ikke er at betragte som detailhandelsomsætning. Det er for eksempel brændstofsalg hos tankstationer med kiosker, receptpligtig medicin på apoteker, el-installatørers servicearbejde eller værkstedsarbejde hos en cykelhandel.

Bemærk at omsætningen til private fra møbelforretninger, der alene sælger møbler, planteforhandlere, byggemarkeder, køkkenbutikker samt butikker med udstyr til camping og både indgår, selvom planloven definerer disse grupper som særlig pladskrævende. Dette skyldes, at disse varegrupper indgår i de senere forbrugsberegninger.

For så vidt angår de fire kommuner, som har fået opdateret data for byerne i april 2025, er oplysningerne om butikkernes omsætning i 2024 for hver enkelt butiks vedkommende skønnet under rekognosceringen. Vurderingen er sket på baggrund af et grundigt kendskab til omsætningen i detailhandelen.

De opdaterede omsætningstal er derfor behæftet med en vis usikkerhed, men skønnes tilstrækkeligt gode til bl.a. at beskrive de strukturelle forhold. På trods af usikkerheden er denne metode valgt, da det som nævnt erfaringsmæssigt giver et mere retvisende billede af de faktiske forhold, end hvis man alene havde anvendt oplysninger fra f.eks. Danmarks Statistik. Generelt tillægges de skønnede tal større vægt end oplysningerne fra Danmarks Statistik. I forbindelse med løsning af andre opgaver har der været store påviselige afvigelser i tallene hentet fra for eksempel Regnskabsstatistikken.

Øvrige kundeorienterede servicefunktioner

Der er foretaget en kortlægning af spisesteder beliggende i stueplan i de 35 udpegede modelbyer på Fyn. Registreringen dækker både over steder med traditionel servering som restauranter, cafeer, værtshuse og kroer samt take-away mad og eksempelvis isbarer.

Der er ligeledes kortlagt underholdning i stueplan som biografer, biblioteker, teatre og museer og andre forlystelser.

Forbrug

Borgernes forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer er beregnet i forbindelse med de enkelte detailhandelsanalyser i kommunerne på baggrund af specialkørsler fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelse, der baserer sig på interviews med 1.100 husstande. I forbrugsundersøgelsen er husstandenes samlede årlige forbrug af varer og tjenesteydelser nedbrudt på omkring 1.300 grupper, hvilket i princippet giver en mulighed for at foretage en detaljeret beregning af husstandenes forbrug. Beregningen af forbruget er udregnet på baggrund af forbrugsundersøgelsen kombineret med forbrugernes indkomster og det nuværende og fremtidige befolkningstal.

Forbruget i de enkelte kommuner er beregnet på baggrund af et gennemsnitligt forbrug pr. person for kommunen kombineret med den gennemsnitlige husstandsstørrelse i de enkelte områder i kommunen.

Tallene for forbruget skal ses som alle husstandes samlede forbrug i hele året og anvendes blandet andet til udregningen af handelsbalancerne for de enkelte kommuner.

Handelsbalance

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i det samme område. Hvis handelsbalancen for en kommune er under 100 %, betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker uden for kommunegrænsen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra uden for kommunen, f.eks. pendlere eller turister. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for, at detailhandlen i et område er gået frem. Handelsbalancen kan f.eks. stige, hvis omsætningen ikke falder lige så meget som forbrugsgrundlaget.

De 35 bymidter fordelt på bystørrelser

De 35 modelbyer er i analyserne inddelt i 7 grupper efter bystørrelser efter samme metode som blev anvendt i analyserne fra 2014. Nedenstående viser hvilke bymidter der indgår i de bystørrelser.

Indbyggere	
< 1.000 indb.	Lohals, Humble, Hesselager, Ærøskøbing
1-2.000 indb.	Gislev, Ollerup, Nørre Broby, Ørbæk, Kværndrup, Gelsted, Ejby
2-4.000 indb.	Marstal, Tommerup, Haarby, Ullerslev, Nørre Aaby, Sønderød, Vissenbjerg, Aarup, Glamsbjerg, Årlev, Bogense
4-8.000 indb.	Langeskov, Strib, Rudkøbing, Otterup, Munkebo, Ringe, Kerteminde, Assens, Faaborg
8-20.000 indb.	Middelfart, Nyborg
20-30.000 indb.	Svendborg
Over 30.000 indb.	Odense



Lulu's Cafe & Boutique, Kerteminde bymidte

3. Konklusion

Det er en generel tendens, at der bliver færre butikker - også på Fyn. Siden 1999 er antallet af butikker i de ti fynske kommuner konsekvent faldet. Samlet set er hver tredje butik forsvundet siden 1999, men siden 2014 har faldet ikke været nær så stort som i perioden 1999 til 2014.

Det skyldes især udviklingen i antallet af dagligvarebutikker. I perioden 1999 til 2014 var antallet af dagligvarebutikker på Fyn reduceret fra 1.140 butikker til 836 butikker, et fald på 27 % eller knap 2 % pr. år. I den seneste periode fra 2014 til 2025 er antallet af dagligvarebutikker fortsat faldet og tæller nu 741 butikker. Dette er et fald på 11 % eller 1 % pr. år.

Antallet af udvalgswarebutikker på Fyn er reduceret med 24 % fra 1.841 butikker i 1999 til 1.458 i 2014, svarende til et gennemsnitligt fald på godt 1 % pr. år. I perioden 2014 til 2025 er antallet af udvalgswarebutikker fortsat faldet til nu 1.226 butikker i 2025. et fald i perioden på 16 %, hvilket ligeledes svarer til et gennemsnitligt fald på godt 1 % pr. år.

Udviklingen i detailhandel over de sidste 11 år (2014-2025) har dog ikke været ensartet fordelt over de 35 bymidter og 10 kommuner, ligesom både arealet og omsætningen heller ikke har haft samme udvikling som antallet af butikker.

Butikkerne er blevet større og omsætter gennemsnitligt for mere
Butiksarealet og omsætningen er ikke fulgt med udviklingen i antallet af butikker. Generelt er butikkerne gennemsnitligt blevet større, og den gennemsnitlige omsætning pr. butik er markant højere. I perioden 1999 til 2025 er den gennemsnitlige størrelse for dagligvarebutikkerne på Fyn steget 56 % fra 384 m² til 600 m², mens butiksstørrelsen for udvalgsvarer er steget fra 327 m² til 405 m² svarende til en stigning på 24 %.

Den gennemsnitlige omsætning pr. dagligvarebutik var 8 mio. kr. i 1999. Den er mere end fordoblet til 19 mio. kr. i 2024. Tilsvarende er den gennemsnitlige omsætning pr. udvalgswarebutik ligeledes fordoblet fra 4 mio. kr. til 8 mio. kr. i 2024.

Udviklingen er stagneret fra 2019 til 2025

Antallet af dagligvarebutikker i bymidter er i perioden 2014 til 2025 blevet reduceret med ca. 9 %, fra 355 i 2014 til 324 dagligvarebutikker i 2025. Dette er sket på trods af, at byernes befolkningstal i samme periode er

vokset med ca. 7 %. Fra perioden 2019 til 2025 er antallet af dagligvarebutikker dog forblevet næsten uændret og kan indikere, at antallet har nået et stabilt niveau.

Antallet af udvalgswarebutikker i bymidterne er i perioden (2014-2025) faldet med ca. 20 % til 711 butikker. Som med dagligvarebutikker er størstedelen af reduktionen sket i begyndelsen af perioden og sammenholdt med butiksopgørelsen fra 2019, har faldet over de sidste 6 år kun været på ca. 8 %

Bedre fastholdelse af dagligvarebutikker i bymidterne, men ikke omsætningen

På kommuneniveau er der blevet 11 % færre dagligvarebutikker i perioden 2014 til 2025, mens bymidterne kun har oplevet et fald på 9 %. Bymidterne har med andre ord klaret det en smule bedre end kommunerne generelt. I forhold til omsætningen og arealet viser tallene dog en anden historie. I bymidterne er arealet til dagligvarebutikker i perioden faldet 8 % og omsætningen er steget 12 %. Set for kommunerne som helhed, er dagligvarebutikkernes samlede areal i perioden 2014 til 2025 kun faldet med 3 %, og omsætningen steget med 17 % i perioden 2013 til 2024.

Områderne uden for de 35 bymidter har oplevet et større fald i antallet af butikker end bymidterne, men de har fastholdt arealet, og dagligvareomsætningen er steget 21 % i perioden 2013 til 2024. Her skal der dog gøres opmærksom på, at størstedelen af disse dagligvarebutikker ligger i den øvrige centerstruktur i enten bydelscentre eller lokalcentre og enkelte i aflastningsområder, herunder Odense SØ.



Torvet, Ringe bymidte

Udvalgswarebutikkerne er forsvundet fra bymidterne

Antallet af udvalgswarebutikker er generelt faldet, men siden 2014 er det især i bymidterne, at butikkerne er forsvundet. Samlet for de 10 kommuner er antallet af udvalgswarebutikker faldet fra 1.458 i 2014 til 1.226, en reduktion på 16 %, mens bymidterne har oplevet et fald i antallet af udvalgswarebutikker på 19 %, fra 883 udvalgswarebutikker i 2014 til 711 i 2025. Det betyder, at bymidterne overordnet set har oplevet et større fald i perioden end kommunerne som helhed. Arealerne for udvalgsvarer er i perioden reduceret med 9 % fra 460.000 m² i 2014 til 445.000 m² i 2025, mens omsætningen er øget med 3 % i kommunerne i alt. I de 35 bymidter er arealet reduceret med 21% fra 227.000 m² i 2014 til 180.000 m² i 2025, mens udvalgswareomsætningen er faldet med 15 % i perioden 2013 til 2024.

Samtidig er antallet af udvalgswarebutikker uden for de 35 bymidter kun faldet med 10 % fra 437 til 395 butikker, mens arealet er fastholdt, og udvalgswareomsætningen er steget fra 1,89 mia. kr. til 2,73 mia. kr. svarende til en stigning på 45 % i perioden 2013 til 2024.

Udvalgswareomsætningen er øget markant uden for bymidterne og Odense SØ

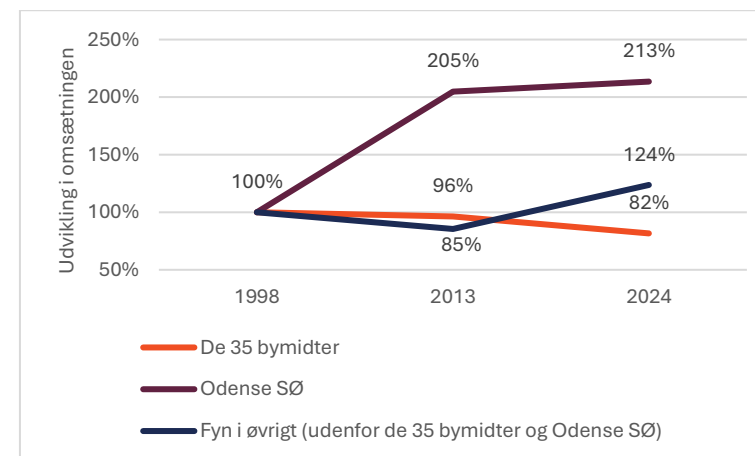
Mens de 35 bymidter har oplevet et fald i udvalgswareomsætningen har Odense SØ fordoblet udvalgswareomsætningen fra 1999, jf. figur 1. Odense SØ med shopping centret Rosengårdcentret, hypermarkedet Bilka og et bredt udvalg af store udvalgswarebutikker og butikker til særligt pladskrævende varer tiltrækker fortsat kunder fra hele Fyn. Især i perioden 1999 til 2014 har området gennemgået en omfattende udvidelse og ombygning. Arealet til udvalgsvarer er næsten fordoblet og antallet af udvalgswarebutikker er steget ca. 50 % i perioden 1999 til 2014.

Der er dog sket en opbremsning i udvikling af omsætningen fra 2013 til 2024. Udvalgswareomsætningen har fortsat oplevet et fald i de 35 bymidter med 15 %, men Odense SØ har haft en mindre omsætningsvækst end tidligere på 4 %.

Til gengæld er udvalgswareomsætningen uden for bymidterne og Odense SØ steget 38 % med 2013 til 2024. Det vurderes, at det især skyldes, at de enkelte kommuner i højere grad har holdt handlen lokalt på grund af etablering af store udvalgswarebutikker uden for bymidterne. Det betyder, at borgerne i kommunen ikke i samme omfang besøger Odense SØ som tidligere. Det er netop også i denne periode, der har været en markant stigning i e-handel, hvilket gør væksten i omsætningen uden for bymid-

terne endnu mere markant. Siden 2013 er detailhandlen uden for bymidterne blandt andet styrket i Svendborg, Middelfart, Faaborg, Assens, Rudkøbing og senest i Ringe og Nyborg.

Figur 1 Udviklingen i udvalgswareomsætningen fordelt på de 35 bymidter, Odense SØ, Fyn i øvrigt (udenfor de 35 bymidter og Odense SØ) (Index 1998=100).



Adelgade, Bogense bymidte

Dagligvareforsyningen er fastholdt i de mindste byer

Tilgængelighed og synlighed har en altafgørende betydning for den enkelte dagligvarebutik. Set i forhold til udviklingen i antallet af dagligvarebutikker fordelt på bystørrelser har næsten alle bymidter oplevet et fald i antallet af dagligvarebutikker siden 2014. De største byer, Svendborg og Odense, har oplevet det mindste fald. Faktisk har Odense bymidte øget antallet af dagligvarebutikker.

Bymidterne i byer med 2.000 til 8.000 indbyggere har oplevet et fald i antallet af dagligvarebutikker på 12 % siden 2014. Bymidterne i byer med 8.000 til 20.000 indbyggere har samlet set mistet 24 % af dagligvarebutikkerne siden 2014. Det skyldes ikke mindst et fald i antallet af butikker i Nyborg bymidte.

De største fald i antallet af butikker ses i byer med under 2.000 indbyggere. Bymidter i byer med 1.000 til 2.000 indbyggere har mistet 24 % af dagligvarebutikkerne, og bymidter i byer under 1.000 indbyggere har mistet 14 % af dagligvarebutikkerne.

De mindre byers evne til at tiltrække eller fastholde dagligvarebutikker er dog mere positiv, end opgørelsen over antal butikker i de 35 bymidter viser. I flere små byer er dagligvarebutikken flyttet få hundrede meter fra centrum til uden for bymidten. Her ligger de ved en indfaldsvej med et ønske om at betjene et større opland og er fortsat medvirkende til at tiltrække trafik til den egentlige bymidte.

Især de mellemstore bymidter har mistet udvalgswarebutikker

Et næsten tilsvarende billede af den ændrede fordeling af dagligvarebutikker ser man i fordelingen af udvalgswarebutikker på bystørrelser.

Det er især de mindre byer med 1.000 til 2.000 indbyggere som har mistet udvalgswarebutikker. Her er 50 % af butikkerne forsvundet siden 2014 fra 10 til 5 butikker, men allerede i 2014 var butiksudbuddet på et relativt beskeden niveau i disse bystørrelser,

De mindste byer (under 1.000 indbyggere) har omvendt fastholdt antallet af udvalgswarebutikker siden 2014. En primær forklaring er dog en vækst i antallet af butikker i Ærøskøbing.

Bymidterne i bystørrelserne fra 2.000 til 20.000 indbyggere har oplevet et fald på 25 % i antallet af udvalgswarebutikker siden 2014.

Som med dagligvarebutikker har de største byer (Odense og Svendborg) ikke oplevet et nært så stort fald i antallet af udvalgswarebutikker. Siden

2014 er antallet af udvalgswarebutikker faldet 11 % i Odense bymidte og 15 % i Svendborg bymidte hvilket ikke er nær så stort som de mellemstore byer.

Set i forhold til antallet af udvalgswarebutikker er det ikke kun bystørrelsen og oplandets størrelse, der afgør mulighederne for at have et attraktivt udbud af udvalgswarebutikker i bymidten. Afstanden til andre byer har en væsentlig betydning, ligesom et tilskud fra turister også kan have en betydning.

Spisesteder og underholdning/kultur har en øget betydning i bymidterne

Hvor både dagligvare- og udvalgswarebutikker er gået tilbage i antal, er det modsatte sket for spisesteder og underholdning. Spisesteder er i antal vokset med 24 % fra 468 spisesteder i 2014 til 580 spisesteder i 2025 i de 35 bymidter. Antallet af funktioner med underholdning er steget med 25 % fra 77 funktioner i 2014 til 96 funktioner i 2025.

Udbuddet af spisesteder varierer dog i forhold til, hvilken rolle og position bymidten har. Især turisme har en betydning for udbuddet af spisesteder i bymidten. Jo mere turisme, jo større udbud af spisesteder. Mens de mindste byer nogenlunde har fastholdt antallet af spisesteder, har især byer med 2.000 til 4.000 indbyggere øget antallet af spisesteder med knap 60 %, svarende til 20 yderligere spisesteder.

Hvor væksten i spisesteder er spredt ud over de 35 byer, skyldes fremgangen i underholdning dog udelukkende en stor vækst i Odense. Uden den positive vækst i Odense, har udviklingen i underholdning samlet set i de resterende 34 byer været stabil.

Øget turisme fastholder butikkerne også i de mindre bymidter

Som en vigtig forklaring til udviklingen er den væsentlig stigning i turismen på Fyn. Turister søger ofte mod det mindre og autentiske bymiljø og er derfor et vigtigt element især i de mindre bymidter. Kerteminde og Bogense er gode eksempler på, hvordan byer udnytter et turistpotentiale og derved sikrer en levende bymidte, også uden for turistsæsonen. Kerteminde bymidte har for eksempel et bredt udbud af kombinations-, hybrid- og delebutikker som kombinerer forskellige brancher med fokus på mode og boliginteriør. I den centrale del af Bogense bymidte er butiksmikset præget af gallerier og antikbutikker. Bogense Havn, som er en del af bymidten, kan tilbyde et havnemiljø med caféer og butikker.

Ærøskøbing er et andet godt eksempel på en af analysens mindste byer, der formår at udnytte et turistpotentiale og derved sikre en levende bymidte. Bymidten har formået at øge antallet af butikker, især om sommeren med pop-up butikker, lige som et stærkt iværksættermiljø på Ærø har betydet flere helårsbutikker som kan tilbyde en helt unik oplevelse.

Nye butikstyper og e-handel giver andre muligheder

Konkurrencen mellem butikkerne, de enkelte byer og områder kommer til udtryk på mange måder. Nogle forbrugere påvirkes af priser eller nye koncepter, mens andre søger udvalg og bekvemmelighed. Hvor ændringer af åbningstider og introduktion af nye koncepter tidligere har haft en væsentlig betydning for attraktion og handel, er der dog et element som påvirker handlen mere end noget andet: Internettet. Selv om omsætningen i absolutte tal er steget i både dagligvarer og udvalgsvarer, dækker disse tal ikke over hele forbrugsvæksten i perioden. En væsentlig del af forbruget er flyttet online.

Udviklingen med mere online handel er dog ikke entydigt negativ i forhold til detailhandel i bymidter. Butikker, der har omlagt deres forretning til både at favne den fysiske handel og kombinere denne med online salg, kaldt "omnichannel", oplever en øget vækst. Her køber kunderne delvis deres produkter online, men henter dem ofte i butikkerne hvor de samtidig skaber mersalg. I andre tilfælde er afhentning af pakker med til at drive trafik ind i butikker eller områder, som ellers ville have oplevet en tilbagegang. Onlinehandel giver samtidig mulighed for, at specialiserede butikker kan opretholde et butikslokale, selv om deres primære kunder ikke er lokale men handler online.

Der findes mange eksempler på butikker i alle bystørrelser som har kombineret fysisk og e-handels-salg. Det er hermed med til at fastholde antallet af butikker, selv i de mindre byer og bymidter.



Kongegade, Nyborg bymidte

4. Detailhandelsudvikling - kommunerne

I det følgende beskrives udviklingen af detailhandel på Fyn fra 2014 til 2025 fordelt på de enkelte kommuner. Udviklingen bliver beskrevet henholdsvis for dagligvarer og udvalgsvarer i forhold til antal butikker, areal, omsætning og handelsbalance.

Antal butikker

Dagligvarer

I 1999 var der 1.140 dagligvarebutikker. I 2014 var dette tal faldet med 27% til 836 og nu, 11 år senere, er der 741 butikker i de 10 kommuner. Dette er en nedgang på 11 % fra 2014 til 2025, jf. tabel 1.

Figur 2 illustrerer udviklingen i antallet af dagligvarebutikker for de enkelte kommuner på Fyn for henholdsvis 1999, 2014 og 2025, fordelt efter fem størrelseskategorier. Det ses tydeligt, at der generelt er færre dagligvarebutikker i alle 10 kommuner, da de fleste kommuner er gået en kategori ned siden 2014. I 1999 havde to kommuner under 50 dagligvarebutikker, mens fem kommuner har under 50 dagligvarebutikker i 2025.

Som det ses i tabel 1, har der været en gennemsnitlig reduktion af dagligvarebutikker på 35 % i perioden 1999 til 2025 for de 10 kommuner på Fyn.

Nordfyns Kommune har mistet 58 % af deres dagligvarebutikker mens Langeland og Kerteminde med henholdsvis 23 % og 24 %, er de kommuner, hvor reduktionen er lavest.

Tabellen tydeliggør, at for de fleste kommuner har tabet været størst fra 1999 til 2014, og at de fleste kommuner enten har stoppet nedgangen eller dæmpet hastigheden. Undtagelserne er dog Nordfyn og Nyborg som begge fortsat i den seneste periode fra 2014 til 2025 har oplevet en reduktion i antallet af dagligvarebutikker på 29 %.

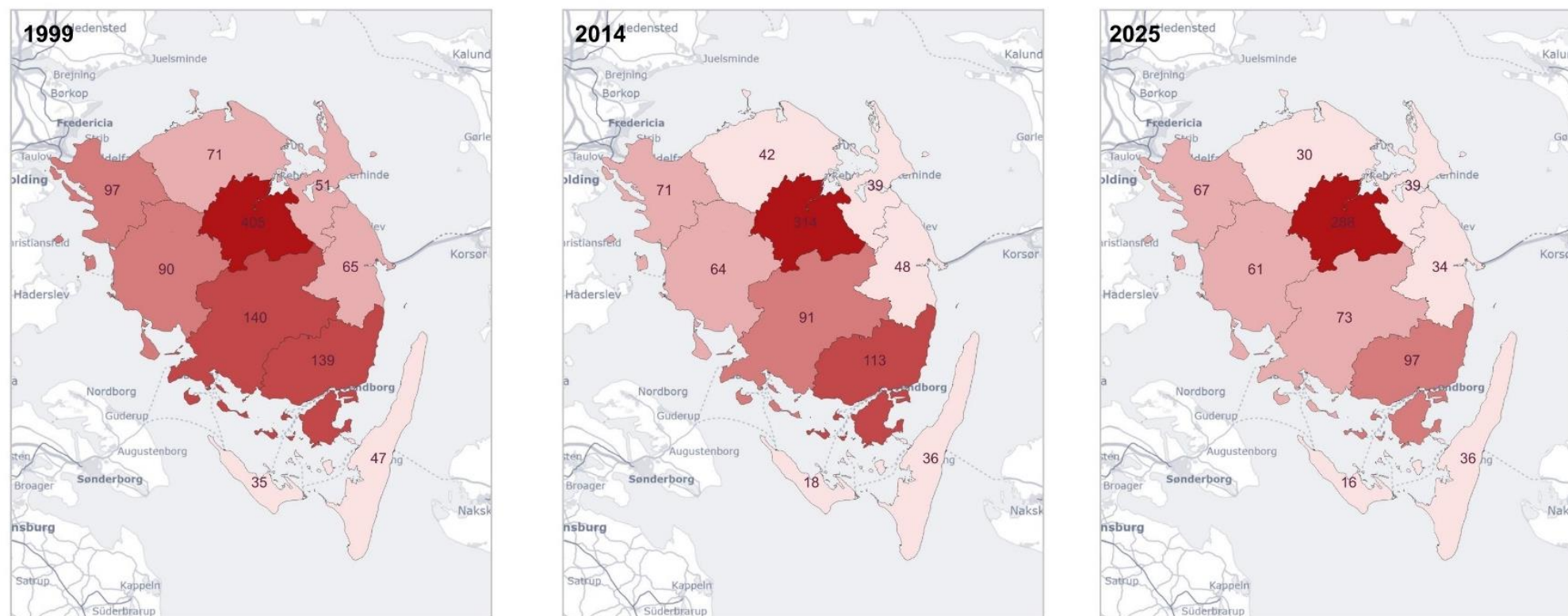
Tabel 1: Udvikling i antal dagligvarebutikker i kommunerne 1999, 2014 og 2025.

	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Ærø	35	18	16	-54%	-11%
Langeland	47	36	36	-23%	0%
Kerteminde	51	39	39	-24%	0%
Nordfyns	71	42	30	-58%	-29%
Nyborg	65	48	34	-48%	-29%
Middelfart	97	71	67	-31%	-6%
Assens	90	64	61	-32%	-5%
Faaborg-Midtfyn	140	91	73	-48%	-20%
Svendborg	139	113	97	-30%	-14%
Odense	405	314	288	-29%	-8%
I alt	1.140	836	741	-35%	-11%

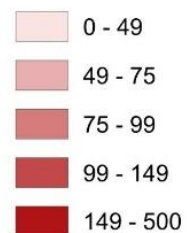


Blomsterbutik, Munkebo bymidte

Nyt byrum i Otterup



Antal dagligvarebutikker



Figur 2: Udviklingen i antal dagligvarebutikker i de 10 kommuner på Fyn 1999, 2014 og 2025
(Figuren viser antallet af butikker i kommunerne opdelt i fem størrelseskategorier)

Udvalgsvarer

Antallet af udvalgswarebutikker har over perioden 1999 til 2025 oplevet en reduktion på 33%. Der var i 1999 1.841 udvalgswarebutikker, og i 2025 var tallet 1.226.

Figur 3 og tabel 2 viser, at alle kommuner i perioden 1999 til 2025 har oplevet en nedgang i antallet af udvalgswarebutikker. Denne nedgang og dens tempo synes for de fleste kommuner at fortsætte, og ikke som med dagligvarebutikker gå ned i hastighed. Tre kommuner skiller sig dog ud. Ærø har som den eneste ikke bare oplevet en fremgang fra 2014 til 2025, men har øget antallet af udvalgswarebutikker med 40 %. Hvor de resterende 7 kommuner fortsat har en stor procentvis nedgang i antallet af butikker, har Kerteminde og Odense med henholdsvis -2% og -9% et lavere fald end resten.

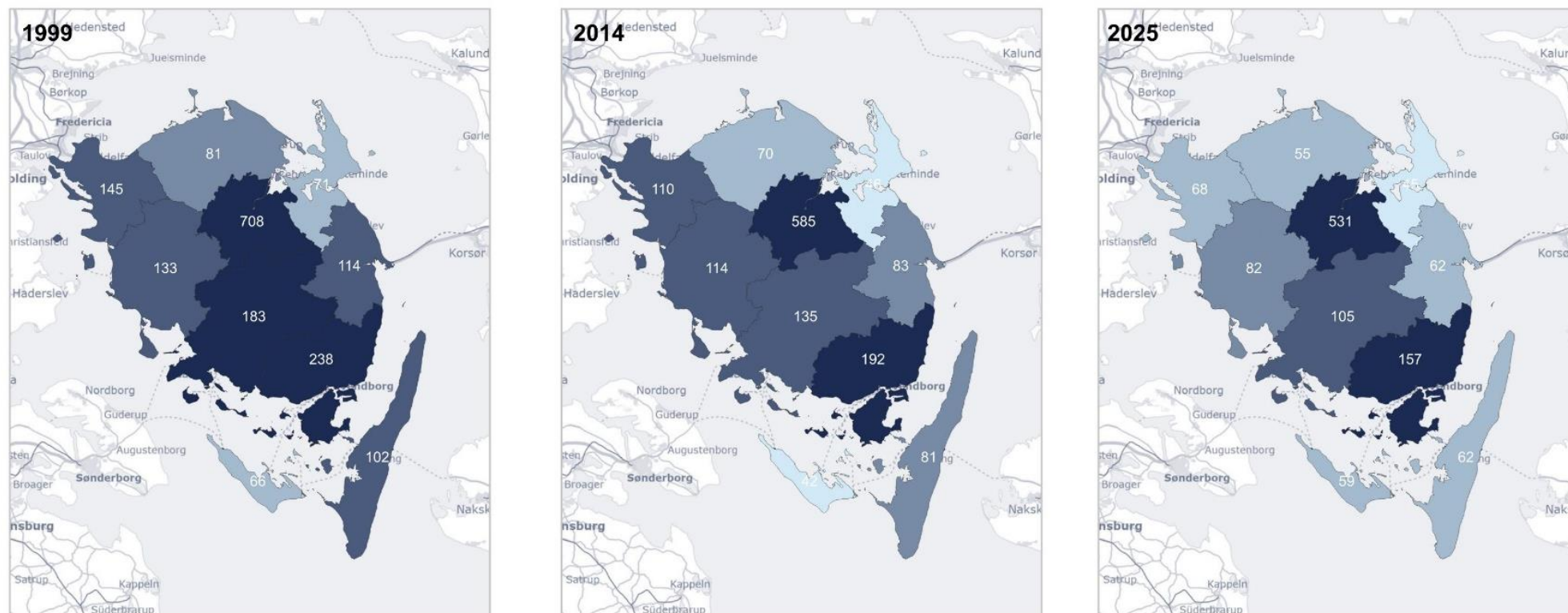
Dette ses også i figur 3, som illustrerer udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker for de enkelte kommuner på Fyn for henholdsvis 1999, 2014 og 2025 fordelt på fem størrelseskategorier. Det er ikke alle kommuner, som er gået en kategori ned siden 2014. Odense, Svendborg, Faaborg-Midtfyn, Nordfyn og Kerteminde har fastholdt deres kategori, mens Ærø med 59 udvalgswarebutikker har samme kategori som i 1999. Kun Middelfart, Assens og Nyborg er gået en kategori ned.

Tabel 2 Udvikling i antal udvalgswarebutikker i kommunerne 1999, 2014 og 2025.

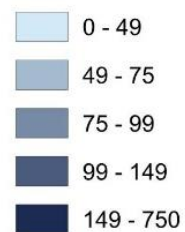
	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Ærø	66	42	59	-11%	40%
Langeland	102	81	62	-39%	-23%
Kerteminde	71	46	45	-37%	-2%
Nordfyns	81	70	55	-32%	-21%
Nyborg	114	83	62	-46%	-25%
Middelfart	145	110	68	-53%	-38%
Assens	133	114	82	-38%	-28%
Faaborg-Midtfyn	183	135	105	-43%	-22%
Svendborg	238	192	157	-34%	-18%
Odense	708	585	531	-25%	-9%
I alt	1.841	1.458	1.226	-33%	-16%



Vestergade, Odense bymidte



Antal udvalgswarebutikker



Figur 3: Udviklingen i antal udvalgswarebutikker i de 10 kommuner på Fyn 1999, 2014 og 2025
(Figuren viser antallet af butikker i kommunerne opdelt i fem størrelseskategorier)

Areal

Dagligvarer

Det samlede areal til dagligvarer på Fyn var 460.200 m² i 2014. I 2025 var dette areal faldet minimalt til 445.200 m². Tre kommuner, Assens, Odense og Svendborg, er i perioden gået frem i antal af kvm, mens de 7 resterende kommuner er gået tilbage. Det samlede areal er i perioden kun gået 3 % tilbage, men det skal bemærkes, at antallet af butikker er gået 11 % tilbage.

Tabel 3: Butiksareal for dagligvarer i kommunerne i 1999, 2014 og 2025 (m²).

Areal i m ²	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Ærø	7.500	6.900	6.800	-9%	-1%
Langeland	15.400	15.400	12.400	-19%	-20%
Kerteminde	18.300	19.000	16.800	-8%	-11%
Nordfyns	25.900	27.300	22.100	-15%	-19%
Nyborg	25.600	28.700	27.300	7%	-5%
Middelfart	37.700	40.300	37.400	-1%	-7%
Assens	33.800	40.300	41.200	22%	2%
Faaborg-Midtfyn	51.000	46.800	37.200	-27%	-20%
Svendborg	52.000	55.800	58.400	12%	5%
Odense	171.500	179.700	185.400	8%	3%
I alt	438.700	460.200	445.200	1%	-3%

Udvalgsvarer

For udvalgswarebutikker er arealet kun gået 9 % tilbage fra 2014 til 2025. I samme periode er der blevet 16 % færre butikker. De nuværende butikker er, som med dagligvarebutikker, blevet færre i antal - men større.

Tidligere analyser fra 1999 til 2014 viser samme mønster som denne periode. Der kommer færre butikker men arealet for både dagligvare- og udvalgswarebutikker bliver kun minimalt mindre.

Tabel 4: Butiksareal for udvalgsvarer i 1999, 2014 og 2025 (m²).

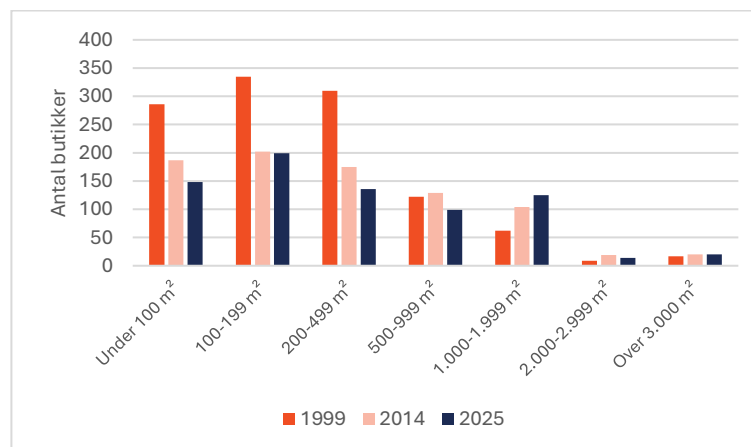
Areal i m ²	1999	2014	2025	Ændring 2014- 2025	Ændring 1999- 2025
Ærø	12.500	10.900	11.400	-9%	4%
Langeland	21.300	13.400	11.100	-48%	-17%
Kerteminde	19.200	10.200	9.700	-49%	-5%
Nordfyns	23.100	17.400	14.600	-37%	-16%
Nyborg	34.700	26.300	29.200	-16%	11%
Middelfart	42.900	30.900	23.600	-45%	-24%
Assens	35.700	27.500	29.700	-17%	8%
Faaborg -Midtfyn	49.500	43.500	34.000	-31%	-22%
Svendborg	65.700	59.000	63.100	-4%	7%
Odense	298.100	304.400	270.900	-9%	-11%
I alt	602.700	543.500	497.200	-18%	-9%

Dagligvarebutikker og udviklingen fordelt på antal kvadratmeter

Som både tabel 5 og figur 4 viser, har tilbagegangen af dagligvarebutikker ikke været ligeligt fordelt i forhold til størrelser. Dagligvarebutikker med mindre arealer har oplevet de største tilbagegange, mens der i hele perioden fra 1999 til 2025 er blevet dobbelt så mange butikker med et areal på mellem 1.000 og 1.999 m². Årsagen til denne vækst skyldes i overvejende grad ekspansionen af discountbutikker.

Tallene fra 2014 sammenholdt med 2025 viser, at faldet stadig fortsætter for de mindste butikker, mens butikker i størrelser mellem 100 og 199 m² har ramt et stabilt niveau.

Figur 3: Antal dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2025.



Tabel 5: Antal dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2025.

Antal butikker	1999	2014	2025	Ændring 1999-2025	Ændring 2014-2025
Under 100 m ²	286	187	148	-138	-39
100-199 m ²	335	202	199	-136	-3
200-499 m ²	310	175	136	-174	-39
500-999 m ²	122	129	99	-23	-30
1.000-1.999 m ²	62	104	125	63	21
2.000-2.999 m ²	9	19	14	5	-5
Over 3.000 m ²	17	20	20	3	0
I alt	1.141	836	741	-400	-95

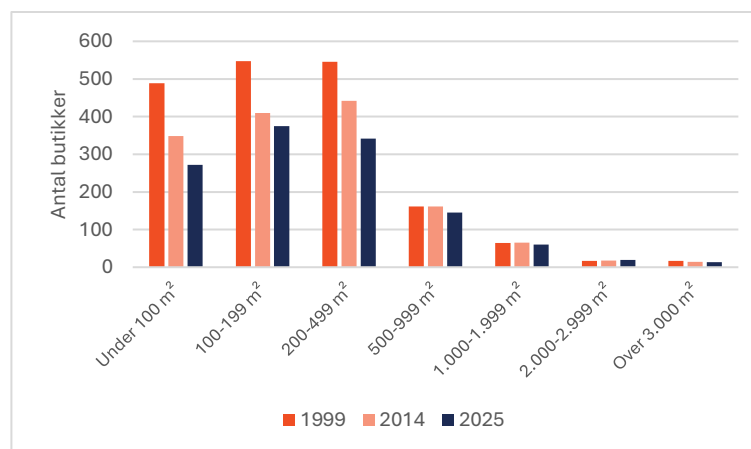


SuperBrugsen, Toftkær, Sønderby midt

Udvalgswarebutikker og udviklingen fordelt på antal kvadratmeter

Til forskel fra dagligvarebutikkerne er der et kontinuerligt fald i de mindre butikker (under 500 m²), mens butikker over 500 m² har ligget på et stabilt niveau siden 1999. Der er med andre ord hverken kommet væsentlig færre eller flere større butikker over 500 m² i perioden.

Figur 4: Antal udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier, Fyn 1999-2025.



Tabel 6: Antal udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2025.

Antal butikker	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Under 100 m ²	489	348	274	-215	-74
100-199 m ²	547	410	374	-173	-36
200-499 m ²	546	442	342	-204	-100
500-999 m ²	161	161	145	-16	-16
1.000-1.999 m ²	64	65	60	-4	-5
2.000-2.999 m ²	17	18	19	2	1
Over 3.000 m ²	17	14	13	-4	-1
I alt	1.841	1.458	1.226	-615	-232



Algade, Middelfart bymidte

Gennemsnitlig butiksstørrelse

Dagligvarer

Generelt er dagligvarebutikkerne blevet større i samtlige kommuner på Fyn. Det svarer godt overens med den generelle udvikling for dagligvarebutikker med færre, men større butikker. Tendensen er, at de mindre kiosker, købmænd og tankstationer lukker, mens der åbner større dagligvarebutikker især discountbutikker og supermarkeder.

Den gennemsnitlig butiksstørrelse for dagligvarebutikkerne var 385 m² i 1999. Den er steget 56 % til 601 m² i 2025. Det er især i perioden 1999 til 2014 der har været en vækst i den gennemsnitlige butiksstørrelse, hvilket, som tidligere nævnt, kan tilskrives etableringen af flere discountbutikker ekspansion.

Fra 2014 til 2025 er den gennemsnitlige butiksstørrelse kun steget med 9 %.

Den gennemsnitlige butiksstørrelse for dagligvarebutikkerne er nogenlunde ens i de fleste kommuner på Fyn i 2025, men Ærø, Langeland og Kerteminde har fortsat gennemsnitligt mindre areal end butikkerne i de øvrige kommuner.

Tabel 7: Gennemsnitlig butiksstørrelse for dagligvarer i kommunerne i 1999, 2014 og 2025 (tallene viser areal i m²).

Areal i m ²	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Ærø	214	383	425	98%	11%
Langeland	328	428	344	5%	-19%
Kerteminde	359	487	431	20%	-12%
Nordfyns	365	650	737	102%	13%
Nyborg	394	598	803	104%	34%
Middelfart	389	568	558	44%	-2%
Assens	376	630	675	80%	7%
Faaborg-Midtfyn	364	514	510	40%	-1%
Svendborg	374	494	602	61%	22%
Odense	423	572	644	52%	12%
I alt	385	550	601	56%	9%

Udvalgsvarer

Den gennemsnitlige butiksstørrelse er ligeledes steget for udvalgswarebutikkerne, men ikke i samme omfang som dagligvarebutikkerne. Den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgswarebutikker er steget 24 % fra 327 m² i 2014 til 406 m² i 2025.

I perioden 2014 til 2025 er den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgswarebutikker steget 9 %, hvilket er samme stigningstakt som for dagligvarebutikkerne.

Der er en større variation udviklingen i de gennemsnitlige butiksstørrelser for udvalgswarebutikker i de 10 kommuner. Ærø og Langeland er kendetegnet ved at have en gennemsnitlig butiksstørrelse på knap 200 m², mens Nyborg og Odense har de største gennemsnitlige butiksstørrelser.

Tabel 8: Gennemsnitlig butiksstørrelser udvalgsvarer i kommunerne i 1999, 2014 og 2025 (tallene viser areal i m²).

Areal i m ²	1999	2014	2025	Ændring 1999- 2025	Ændring 2014- 2025
Ærø	189	260	193	2%	-26%
Langeland	209	165	179	-14%	8%
Kerteminde	270	222	216	-20%	-3%
Nordfyns	285	249	265	-7%	7%
Nyborg	304	317	471	55%	49%
Middelfart	296	281	347	17%	24%
Assens	268	241	362	35%	50%
Faaborg-Midtfyn	270	322	324	20%	0%
Svendborg	276	307	402	46%	31%
Odense	421	520	510	21%	-2%
I alt	327	373	406	24%	9%

Omsætning

Dagligvarer

I 2013 var den samlede dagligvareomsætning 12,0 mia. kr. på Fyn, hvilket var 25 % mere end i 1999. Dette var en samlet stigning på 2,4 mia. kr. I 2025 er omsætningen steget til 14,1 mia. kr. En stigning på kr. 2,1 mia. i perioden 2013 til 2024 eller 17 %.

Tabel 9 viser dagligvareomsætning i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998, 2013 og 2024.

Udviklingen i dagligvareomsætningen varierer i de enkelte kommuner men er siden 2013 især steget i Middelfart, Svendborg og Odense Kommuner. Det er også de kommuner, som har oplevet en stor befolkningstilvækst. Dagligvareomsætningen er desuden steget i Ærø og Assens Kommuner, hvilket især kan tilskrives en øget turisme samt etablering af flere store dagligvarebutikker.

Tabel 9: Dagligvareomsætning i mio. DKK fra 1998, 2013 og 2024 (i årets priser).

I mio. kr. i årets priser	1998	2013	2024	Ændring 1998-2024	Ændring 2013-2024
Ærø	165	157	228	38%	45%
Langeland	317	337	369	16%	10%
Kerteminde	464	571	652	40%	14%
Nordfyns	538	669	713	33%	7%
Nyborg	544	693	700	29%	1%
Middelfart	682	946	1.240	82%	31%
Assens	714	1.005	1.257	76%	25%
Faaborg-Midtfyn	1.039	1.204	1.111	7%	-8%
Svendborg	1.146	1.453	1.766	54%	22%
Odense	4.014	5.010	6.065	51%	21%
I alt	9.623	12.045	14.102	47%	17%

Udvalgsvarer

I 2024 er den samlede udvalgswareomsætning 9,6 mia. kr. I 2013 var omsætningen 9,2 mia. kr. hvilket betyder en stigning i perioden på 4 %.

Udvalgswareomsætningen er især steget i kommunerne Langeland og Svendborg, mens Nordfyn har haft et fald i omsætningen.

Nedenstående tabel 10 viser udvalgswareomsætning i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999, 2013 og 2025.

Tabel 10: Udvalgswareomsætning i mio. DKK fra 1999, 2013 og 2024.(i årets priser).

I mio. kr. i årets priser	1999	2013	2024	Ændring 1999-2025	Ændring 2013-2025
Ærø	106	91	90	-15%	-1%
Langeland	158	130	186	18%	43%
Kerteminde	180	171	177	-2%	3%
Nordfyns	185	228	161	-13%	-30%
Nyborg	383	420	406	6%	-3%
Middelfart	486	550	562	16%	2%
Assens	308	376	409	33%	9%
Faaborg-Midtfyn	527	516	562	7%	9%
Svendborg	1.038	1.018	1.192	15%	17%
Odense	4.531	5.737	5.892	30%	3%
I alt	7.902	9.237	9.637	22%	4%

Handelsbalance

Handelsbalancen er forholdet mellem den faktiske omsætning i samtlige butikker og det samlede forbrug hos borgerne i kommunen eller et område. Handelsbalancen er udtryk for, om der er overskud eller underskud i balancen mellem omsætningen og forbruget, og dermed er den en indikator for detailhandels position. Handelsbalancen afspejler ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men den kan indikere, om detailhandlen tiltrækker mere handel, eller om forbrugerne tager ud af kommunen for at handle.

Den samlede handelsbalance for både dagligvarer og udvalgsvarer for hele Fyn var ca. 100 % i 2024. Det vil sige, at detailhandelsomsætningen på Fyn overordnet set svarer til det samlede detailhandelsforbrug på Fyn. Den samlede handelsbalance er siden 2013 steget lidt fra 98 % i 2013 til 100 % i 2024. Ser man udviklingen i en længere tidshorisont, er handelsbalancen dog faldet svagt fra 103 % i 1998 til 100 % i 2024. Ændringerne vurderes dog at være relativt marginale, og reelt er handelsbalancen samlet set på nogenlunde samme niveau. De marginale ændringer i den generelle handelsbalance skyldes mange faktorer. Den øgede e-handel har en negativ betydning for handelsbalancen også på Fyn, mens befolkningstilvækst og en øget turisme kan have en positiv betydning for handelsbalancen.

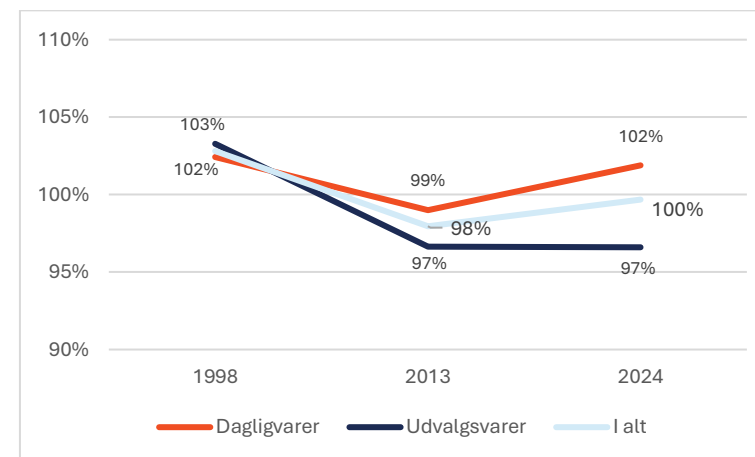
Ser man på handelsbalancen for dagligvarer for hele Fyn, var den ca. 102 % i 2024. Det vil sige, at dagligvareomsætningen på Fyn er 2 % højere end det samlede dagligvareforbrug på Fyn. Handelsbalancen for dagligvarer på hele Fyn har haft mindre udsving siden 1998, men er siden 2013 øget fra 99 % til 102 %. Tallene understøtter, at dagligvarer fortsat bliver købt så tæt på bopælen som muligt, mens e-handel med dagligvarer udgør fortsat en mindre del af det samlede forbrug.

Handelsbalancen for udvalgsvarer på Fyn var 97 % i 2024. Det vil sige, at udvalgsvareomsætningen på Fyn er 3 % lavere end det samlede udvalgsvareforbrug på Fyn. Handelsbalancen for udvalgsvarer er fastholdt i perioden 2013 til 2024. Det er på trods af en markant øget e-handel i samme periode. Ser man handelsbalancen i et længere perspektiv, er den faldet 6 % point fra 103 % i 1998 for hele Fyn.

Blomsterbutik, Faaborg bymidte

Udviklingen i handelsbalancen i de enkelte kommuner har været meget forskellig. En del kommuner har øget deres position som handelssted, mens andre ikke har kunnet fastholde den samme position. I nedenstående gennemgås udviklingen for henholdsvis dagligvarer og udvalgsvarer.

Figur 5: Udviklingen i handelsbalancen for Fyn fordelt på dagligvare og udvalgsvarer 1998 til 2024.



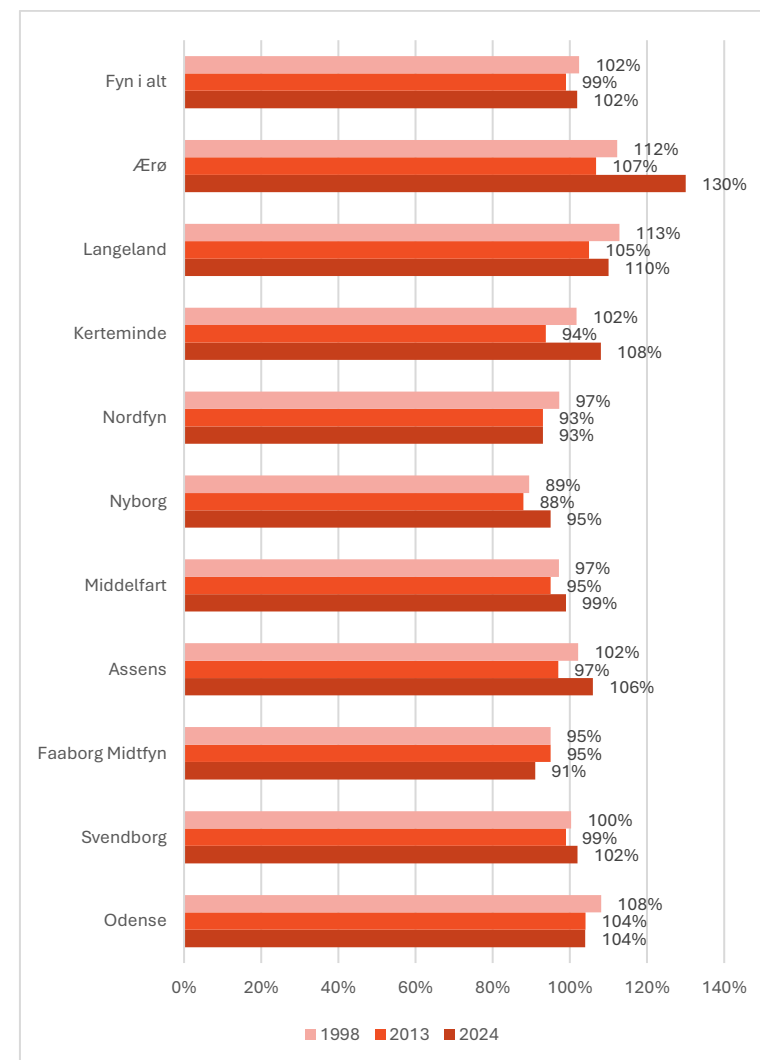
Dagligvarer

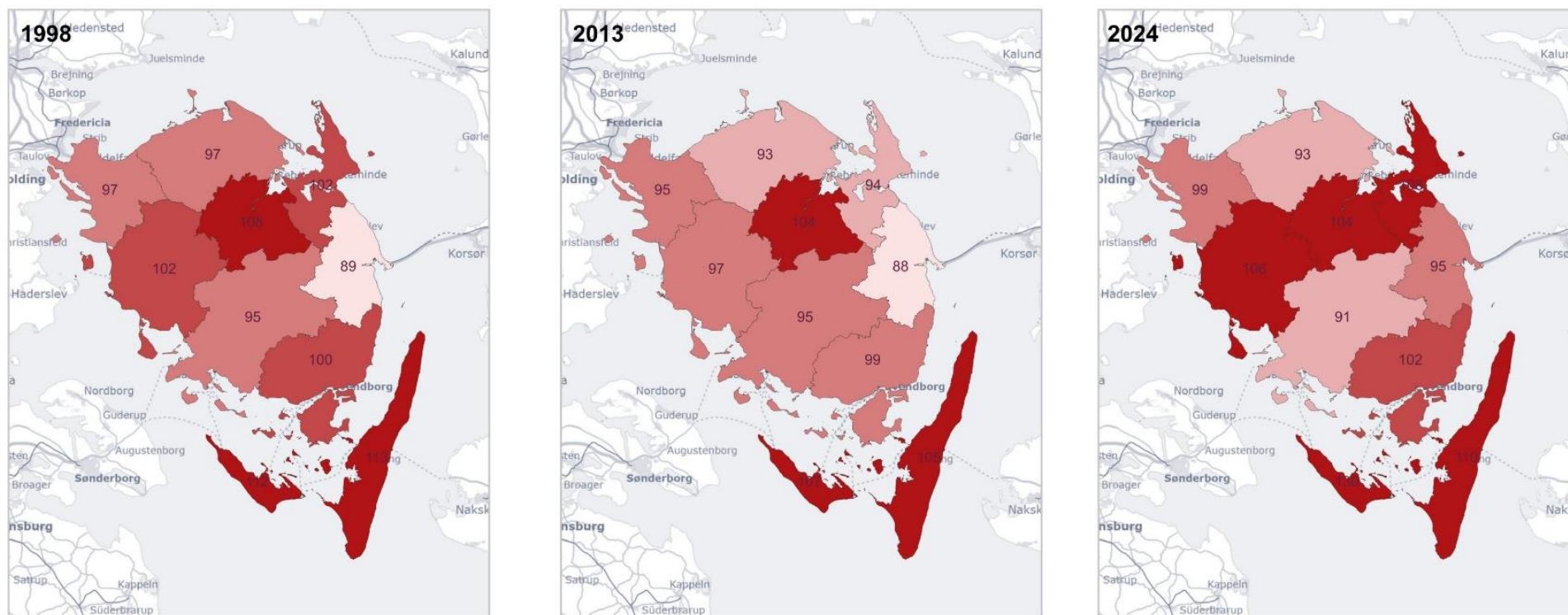
Som tidligere nævnt bliver dagligvarer købt så tæt på bopælen som muligt. Handelsbalancen for dagligvarer ligger således omkring 100 % i de fleste kommuner på Fyn, og det vurderes overordnet set, at alle kommuner på Fyn har et godt lokalt dagligvareudbud. Faaborg Midtfyn og Nordfyn har de laveste handelsbalancer for dagligvarer på 91 % og 93 %, mens de højeste handelsbalancer ses på Ærø på 130 % og Langeland på 110 %. De høje handelsbalancer på Ærø og Langeland skyldes turisme.

Figur 7 og 8 viser udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998, 2013 og 2024. Handelsbalancerne er fordelt efter fem størrelseskategorier, hvor en handelsbalance under 90 % vurderes at være en lav handelsbalance og en handelsbalance over 103 % vurderes at være høj.

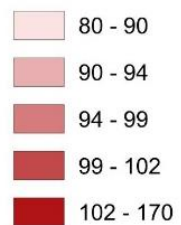
Figur 8 viser, at der siden 2013 er flere kommuner, som har øget sin handelsbalance siden 2013. Antallet af kommuner med en handelsbalance over 103 % er øget fra 3 kommuner i både 1998 og 2013 til 5 kommuner i 2024. Samtidig er der ingen kommuner med en lav handelsbalance under 90 % i 2024. Der er kun én kommune som siden 2013 har oplevet et fald i handelsbalancen for dagligvarer. I perioden 2013 til 1998 oplevede de fleste kommuner et fald i handelsbalancen.

Figur 6 Handelsbalancen for dagligvarer i de 10 kommuner 1998, 2013 og 2024.





Handelsbalance (dagligvarer)



Figur 7: Udvikling i handelsbalancen for dagligvarer i kommunerne, fra 1998, 2013 og 2024.
(Figuren viser handelsbalancen i kommunerne opdelt i fem størrelseskategorier)

Udvalgsvarer

Generelt er forbrugerne mere villige til at køre længere for et bredt udbud af udvalgsvarer og oplevelser. Den generelle udvikling er som nævnt færre butikker og en koncentration i færre men større udbudspunkter. Samtidig presser e-handel også handelsbalancerne. I 2024 vurderes e-handel at udgøre omkring 23-25 % af det samlede udvalgsvarerforbrug. Derfor kan det være svært at opretholde en handelsbalance på 100 % i alle kommuner. Det ses tydeligt i handelsbalancerne for udvalgsvarer i de enkelte kommuner på Fyn. Odense og Svendborg har som de eneste kommuner en handelsbalance over 100 %, mens de øvrige kommuner har lavere handelsbalance.

Figur 9 og 10 viser udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998, 2013 og 2024. Handelsbalancerne er fordelt efter fem størrelses kategorier, hvor en handelsbalance under 50 % vurderes at være en meget lav handelsbalance og en handelsbalance over 101 % vurderes at være høj.

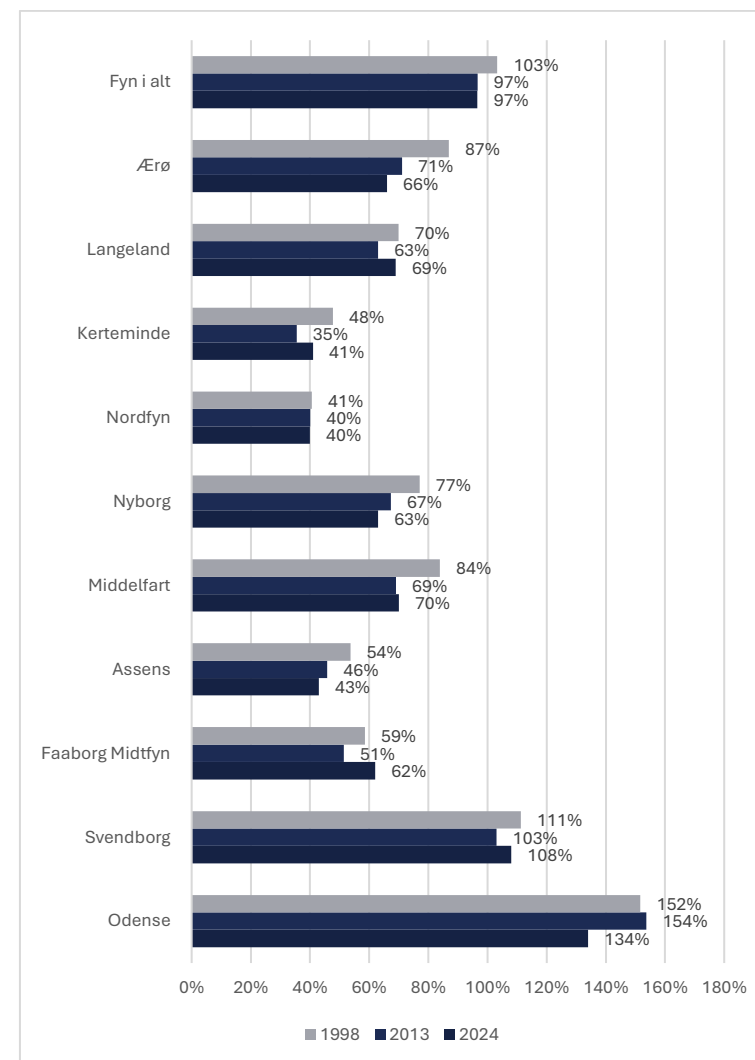
Figuren viser, at handelsbalancerne for udvalgsvarer er fastholdt på nogenlunde samme niveau i 2024 som i 2013. Der er fortsat tre kommuner med en handelsbalance under 50 %, mens fem kommuner har en handelsbalance på 49–75 %.

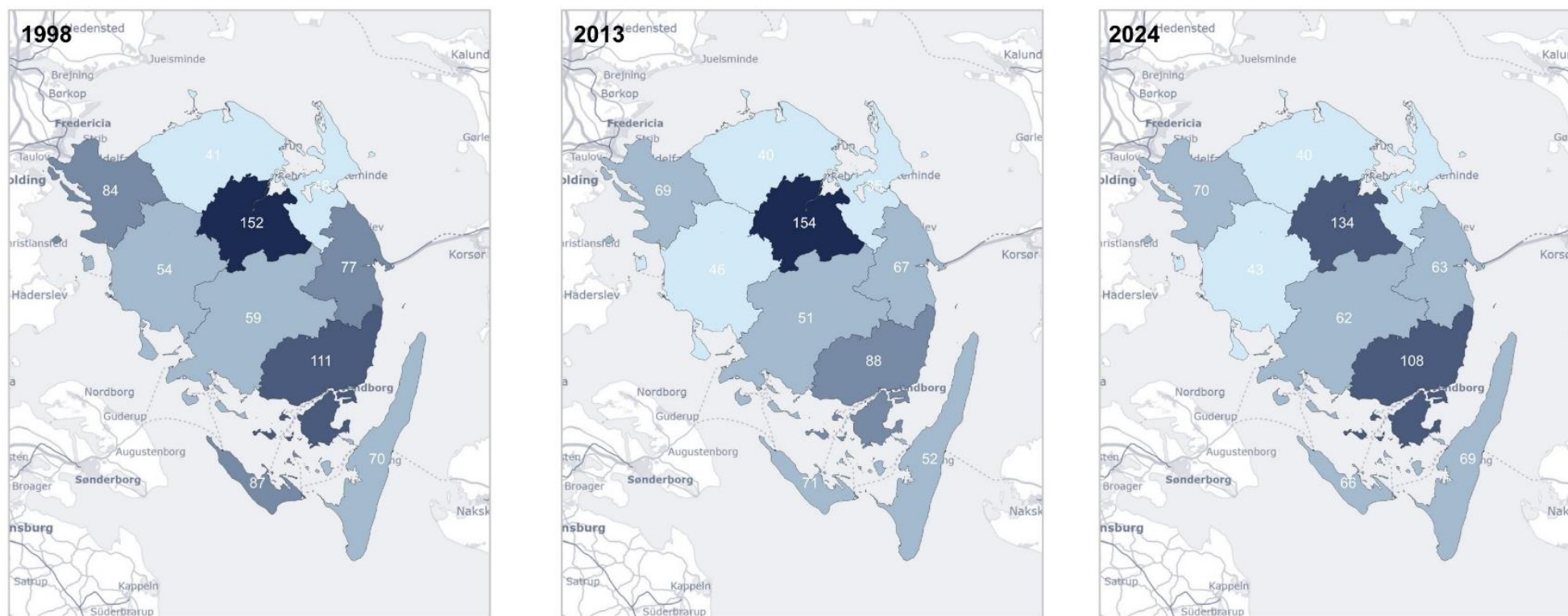
En enkelt kommune, Svendborg, har øget sin handelsbalance for udvalgsvarer til 108 %. Odense har fortsat en meget høj handelsbalance for udvalgsvarer på 134 %, men den i 2013 var 154 %. Odense har således mistet lidt position siden 2013 men har dog fortsat den væsentligste betydning på Fyn.



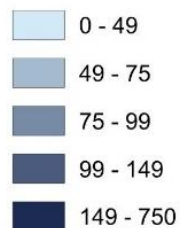
Gerritsgade, Svendborg bymidte

Figur 8: Handelsbalancen for udvalgsvarer i de 10 kommuner 1998, 2013 og 2024.





Handelsbalance (udvalgsvarer)



Figur 9: Udvikling i handelsbalancen for udvalgsvarer i kommunerne, fra 1998, 2013 og 2024.
(Figuren viser handelsbalancen i kommunerne opdelt i fem størrelseskategorier)

5. Detailhandelsudvikling – de 35 modelbyer

I dette afsnit beskrives udviklingen af detailhandel, service og underholdning i bymidterne i de 35 modelbyer. Som med udviklingen på kommunalt niveau vil udviklingen blive vurderet fra 2014 til 2025. Der blev i 2019 gennemført en delvis revidering af analysen, og data om dagligvare- og udvalgswarebutikker vil ligeledes blive inddraget for et mere nuanceret billede af udviklingen.

Udviklingen bliver beskrevet henholdsvis for dagligvarer og udvalgsvarer i forhold til antal butikker, areal og omsætning. Spisesteder og underholdning vil ligeledes blive gennemgået i forhold til udvikling af antal.

De 35 modelbyer:

Bystørrelse	Byer
< 1.000 indb.	Lohals, Humble, Hesselager, Ærøskøbing
1-2.000 indb.	Gislev, Ollerup, Nørre Broby, Ørbæk. Kværndrup, Gelsted, Ejby
2-4.000 indb.	Marstal, Tommerup, Haarby, Ullerslev, Nørre Aaby, Sønderød, Vissenbjerg, Aarup. Glamsbjerg. Årsløv, Bogense
4-8.000 indb.	Langeskov, Strib. Rudkøbing, Otterup, Munkebo, Ringe, Kerterminde, Assens, Faaborg
8-20.000 indb.	Middelfart, Nyborg
20-30.000 indb.	Svendborg
Over 30.000 indb.	Odense

Der gøres opmærksom på, at afgrænsningen af bymidterne er den gældende bymidteafgrænsning i den enkelte bymidte. En del af bymidterne har en mere vidtgående afgrænsning end den forståelsesmæssige og funktionelle afgrænsning af bymidten. Sagt på en anden måde, så svarer den gældende bymidteafgrænsning ikke i alle tilfælde overens med det forbrugerne opfatter som handelscentrum, hvor der er et levende byliv. I analyserne er derfor ikke taget stilling til, hvorledes detailhandlen internt er flyttet i de enkelte bymidter, hvilket jo har en stor betydning internt i den enkelte by. Et eksempel er i Bogense, som har oplevet en vækst i antallet af butikker og spisesteder ved havnen, mens der er færre butikker i den oprindelige bymidte.

Udover at beskrive udviklingen i de 35 udvalgte bymidter indeholder nedenstående også en beskrivelse af hvorledes bymidterne har klaret sig i forhold til detailhandlen udenfor de 35 udvalgte bymidter. Der er i nedenstående valgt, at aflastningsområdet Odense SØ behandles selvstændigt. Det store udbud af butikker i Odense SØ har en regional betydning og tiltrækker kunder fra hele Fyn især for udvalgsvarer. Odense SØ udgør 38 % af den samlede udvalgswareomsætning på Fyn i 2024. For at give et mere korrekt billede af udviklingen udenfor bymidterne er Odense SØ derfor behandlet selvstændigt.

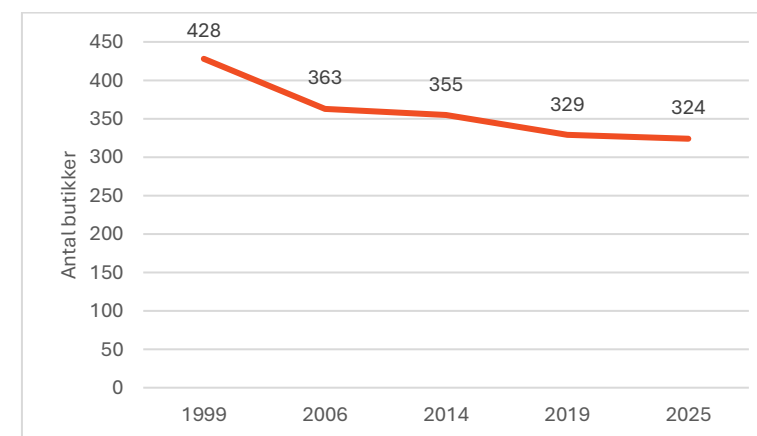
Antal butikker

Dagligvarer

I 2014 var der 355 dagligvarebutikker i bymidterne. Dette tal var reduceret til 323 i 2025, hvilket er et fald på 9 %, jf. figur 11. Sammenholdt med faldet i antal på kommuneniveau, der er 11 %, har bymidterne derved klaret sig bedre end kommunerne som helhed.

Uden for de 35 bymidter er antallet af dagligvarebutikker på Fyn faldet med 13 % i perioden 2014 til 2025. Hvis man ser på udviklingen fra 1999 til 2025, er antallet af dagligvarebutikker ikke faldet nær så meget i de 35 bymidter som i de øvrige områder på Fyn. I de 35 bymidter er 24 % af dagligvarebutikkerne forsvundet siden 1999, mens uden for bymidterne er det samlet set 41 % af butikkerne der er forsvundet.

Figur 10: Antal dagligvarebutikker i bymidterne i de 35 modelbyer på Fyn.



Figur 11 viser, at størstedelen af faldet i antallet af dagligvarebutikker i perioden 2014 til 2025, er sket i perioden fra 2014 til 2019 hvor antallet faldt med 7 %. I de seneste 6 år fra 2019 til 2025 var faldet til gengæld kun på godt 1 %. Man kan derfor antage en fortsat opbremsning i faldet af butikker i den kommende periode, eller at antallet er tæt på at have stabiliseret sig.

Udviklingen af dagligvarebutikker i forhold til bystørrelser

Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i de 35 modelbyer afhænger af mange forskellige faktorer. Men især byens størrelse og afstanden til andre byer har en betydning for udviklingen. Herudover har den enkelte øvrige struktur også en betydning såsom antallet og placeringen af øvrige dagligvarebutikker i byen. I nedenstående tabel 11 vises udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i de 35 modelbyer inddelt i 7 grupper efter bystørrelse i 2014 og 2025.

Tabel 11: Udviklingen i antal dagligvarebutikker i bymidterne fordelt på bystørrelser 2014 til 2025.

Bystørrelse	2014	2025	Ændring	Procent
< 1.000 indb.	14	12	-2	-14%
1-2.000 indb.	17	13	-4	-24%
2-4.000 indb.	61	52	-9	-15%
4-8.000 indb.	121	107	-14	-12%
8-20.000 indb.	49	37	-12	-24%
Svendborg	36	33	-3	-8%
Odense	57	69	12	21%
I alt	355	323	-32	-9%

I gennemsnit er antallet som tidligere nævnt blevet reduceret med knap 9 %. Fordelingen er dog ikke jævnt fordelt. Mens Odense som den eneste har fået flere dagligvarebutikker, er resten gået tilbage. Specielt byer med mellem 1.000 og 2.000 borgere samt byer med 8-20.000 (Middelfart + Nyborg) har oplevet en større tilbagegang.

Tabellen viser de absolutte ændringer i perioden, men forholder sig ikke til udviklingen i antallet af borgere i de forskellige byer.

I forhold til en del af de mindste bymidter skal det bemærkes, at den store dagligvarebutik i bymidten er flyttet ud af den centrale del af den hi-

storiske bymidte til en placering med en bedre tilgængelighed og synlighed. Flytningen er i mange tilfælde med til at styrke den lokale dagligvareforsyning og sikre en nutidssvarende dagligvarebutik selv i de små byer, da en placering med god tilgængelighed har en større mulighed for at tiltrække både de lokale og forbipasserende kunder fra et større opland. Ofte er placeringen fortsat inden for den gældende bymidteafgrænsningen, men understøtter ikke nødvendigvis på samme måde den oprindelige bymidte.

Et eksempel er i Nørre Broby, hvor den eneste tilbageværende dagligvarebutik er flyttet til en placering ved indkørslen til byen. I den tidligere dagligvarebutik, beliggende centralt i et boligområde ca. 500 meter fra den nuværende placering, ligger i dag en genbrugsbutik. Begge placeringer er inden for gældende bymidteafgrænsning, så derfor viser tallene ikke en ændring i udviklingen. Et andet eksempel er i Ullerslev. Her ligger en discountbutik på Nyborgvej i en central placering, mens bymidten er gemt nede i et boligkvarter. Bymidten består nu kun af et supermarked og en genbrugsbutik. I 1999 havde bymidten tre dagligvarebutikker og tre udvalgsvarebutikker, heriblandt to supermarkeder.



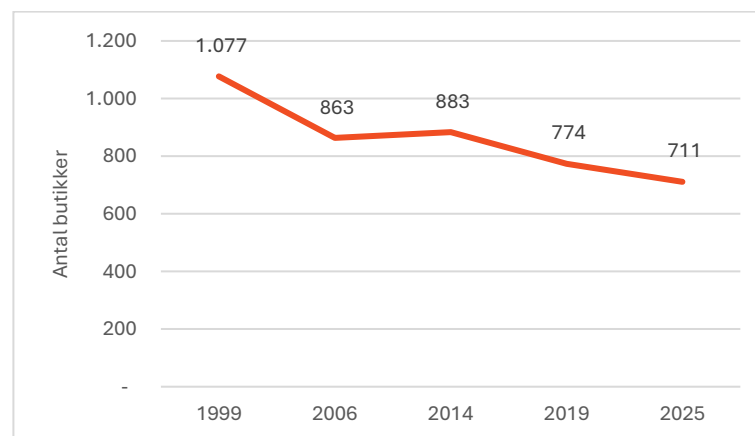
Spar, Ullerslev bymidte

Udvalgsvarer

I 2014 var der 883 udvalgswarebutikker men i 2025 var antallet faldet med 19 % til 711. Omkring 12 % af faldet var i den første del af perioden fra 2014 til 2019, mens der fra 2019 til 2025 er oplevet et fald på ca. 7 %. Uden for de 35 bymidter har antallet af udvalgswarebutikker oplevet nogenlunde samme udvikling. I de 35 bymidter er 34 % af udvalgswarebutikkerne forsvundet siden 1999, mens der uden for bymidterne er forsvundet samlet set 33 % af butikkerne.

Nedenstående figur 12 viser antallet af udvalgswarebutikker i de 35 bymidter i henholdsvis 1999, 2006, 2014 og 2025.

Figur 11: Antal udvalgswarebutikker i bymidterne i de 35 modelbyer på Fyn.



Som med udviklingen i antal af dagligvarebutikker kan det lavere fald tolkes som enten en opbremsning i reduktionen, eller at antallet er tættere på et stabilt niveau.

Som med dagligvarebutikker er reduktionen ikke ligeligt fordelt mellem byerne. For at belyse bystørrelse i forhold til reduktion af detailhandel, er de 35 modelbyer i nedenstående tabel 12 inddelt i 7 grupper efter bystørrelsen i 2014.

Tabel 12: Udviklingen i antal udvalgswarebutikker i bymidterne fordelt på bystørrelser 2014 til 2025.

Bystørrelse	2014	2025	Ændring	Procent
< 1.000 indb.	30	30	-	0%
1-2.000 indb.	10	5	- 5	-50%
2-4.000 indb.	79	60	-19	-24%
4-8.000 indb.	266	212	-54	-20%
8-20.000 indb.	132	84	-48	-36%
Svendborg	127	108	- 19	-15%
Odense	239	212	- 27	-11%
I alt	883	711	- 172	-19%

De mindste byer fastholder deres antal af udvalgswarebutikker, mens antallet af udvalgswarebutikker i resten af bymidterne bliver væsentligt reduceret. Som tidligere er det igen byer med 1.000-2.000, der ramme hårdest samt bystørrelserne 8.000-20.000 indbyggere (Nyborg & Middelfart).

Det er dog værd at bemærke at en væsentlig del af de mindre byer kun har én enkel udvalgswarebutik tilbage i bymidten. I 2025 er der 8 bymidter med kun én enkelt udvalgswarebutik, mens der i 2014 var 5 bymidter med kun én udvalgswarebutik. I 1999 var der kun én bymidte (Gislev) med én udvalgswarebutik.



Jernbanegade, Otterup bymidte

Spisesteder og kultur/underholdning

I takt med at mere af hverdagen er flyttet online, er der en modsatrettet voksende bevægelse med fokus på reelle møder og fællesskaber. Hvor butikker lukker, opstår der muligheder for at skabe mødesteder og underholdning i de tidligere butikslokaler. Som tidligere beskrevet er antallet af både dagligvare- og udvalgswarebutikker faldet. I det følgende vil der blive redegjort for, om disse butikker bliver afløst af eksempelvis spisesteder eller kultur/underholdning. Kultur/underholdning bliver i denne sammenhæng defineret som private eller offentlige funktioner som bibliotek, kulturhus, museum, biograf mv.

Analyserne baserer sig på en opgørelse af antallet af spisesteder og kultur/underholdningsfunktioner i bymidten, da de som funktioner er med til at skabe liv i bymidten. Der er således ikke medtaget funktioner som ligesom uden for bymidten i de enkelte byer. I nogle byer ligger for eksempel biblioteket uden for bymidten i forbindelse med skole og fritidstilbud, hvilket ikke som udgangspunkt er med til at understøtte bymidten.

Spisesteder i de 35 bymidter

I 2014 var der 475 spisesteder i de 35 bymidter. I 2025 var dette tal øget til 581, en stigning på 106 nye spisesteder, svarende til 22 %. I samme periode blev der 203 færre dagligvare- og udvalgswarebutikker, hvilket betyder, at de nye spisesteder kun dækker ca. halvdelen i antal.

Under bilag findes en samlet oversigt over antallet af spisesteder og underholdning i bymidterne i de 35 modelbyers i 2014 og 2025

Udviklingen af spisesteder i forhold til bystørrelser

Udvalget af spisesteder afhænger af byens størrelse men også af, hvilken rolle bymidten har. De bymidter, som tiltrækker mange turister, såsom Ærøskøbing, Marstal, Kerteminde og Bogense, har et langt større udvalg af spisesteder end andre byer af samme størrelse. For eksempel har Ærøskøbing med 900 indbyggere 15 spisesteder, mens Hesselager også med 900 indbyggere ikke har et eneste spisested i bymidten, men har et pizzeria med take away og en kro i en trafikplacering uden for bymidten.

I tabel 13 er bymidterne i de 35 modelbyer inddelt i 7 grupper efter bystørrelse i 2014.

Tabel 13: Udviklingen i antal spisesteder i bymidterne fordelt på bystørrelser 2014 til 2025.

Bystørrelse	2014	2025	Ændring	Procent
< 1.000 indb.	21	21	-	-
1-2.000 indb.	15	10	-5	-33 %
2-4.000 indb.	41	54	13	32 %
4-8.000 indb.	95	111	16	17 %
8-20.000 indb.	45	52	7	16 %
Svendborg	47	61	14	30 %
Odense	209	270	61	29 %
I alt	473	579	106	22 %

Som tabellen tydeligt viser, sker der på trods af et generelt større antal spisesteder i perioden et fald i antallet af spisesteder for bymidterne i de mindste byer, mens antallet af spisesteder i bymidter i byer over 2.000 indbyggere vokser. Væksten af nye spisesteder i Odense er markant i forhold til antal med 61 nye spisesteder, men også den procentvise udvikling i bymidten er væsentlig.



Legeplads og cafe på Ove SprogøesPl., Odense bymidte

Kultur og underholdning

Der har været øget fokus på at integrere kultur og underholdning i bymidterne, da det også er med til at tilføre mere byliv. Det er funktioner som for eksempel bibliotek, kulturhus, museum, biograf eller teater. I 2014 var der 77 kultur/underholdningstilbud i bymidterne i de 35 modelbyer. I 2025 var dette tal steget til 100. En ændring på 17 nye kultur/underholdningstilbud eller 30 %.

Som med spisesteder er denne vækst ikke ligeligt fordelt mellem bystørrelserne. For at belyse bystørrelse i forhold til udviklingen af underholdning i bymidterne, er de 35 modelbyer i nedenstående tabel 14, inddelt i syv grupper efter bystørrelsen i 2014.

I fem af de syv grupperinger af byer har bymidterne oplevet en fremgang i underholdningstilbud. For de mindste byer kan en vækst eller et fald på to tilbud betyde store ændringer i den enkelte bymidte. Det er dog tydeligt, at den største bymidte i analysen, Odense (ligesom i forhold til antal spisesteder) har oplevet en stor vækst, både procentvis men også i antal. Antallet af underholdning er i Odense steget med 17 nye muligheder, hvilke omregnet er en stigning på 94%.

Generelt jo større en by jo flere kultur og underholdningstilbud. I bymidter i byer under 2.000 indbyggere er det fortsat kun halvdelen af bymidterne som har kultur/underholdning i bymidten.

I bymidter i byer med 2.000 til 4.000 indbyggere er det kun Tommerup St. by, Ejby og Ullerslev som ikke har kultur og underholdningstilbud placeret indenfor bymidtens afgrænsning. I bymidter i byer over 4.000 indbyggere har Langeskov ikke kultur og underholdningstilbud placeret indenfor bymidtens afgrænsning.

Tabel 14: Udviklingen i antal kultur/underholdningstilbud i bymidter fordelt på bystørrelser 2014 til 2025.

Bystørrelse	2014	2025	Ændring	Procent
< 1.000 indb.	3	6	3	100 %
1-2.000 indb.	3	2	-1	-33 %
2-4.000 indb.	12	12	2	18 %
4-8.000 indb.	25	27	2	8 %
8-20.000 indb.	9	11	2	22 %
Svendborg	7	7	-	-
Odense	18	35	17	94 %
I alt	77	100	23	30 %



Torvet, Faaborg bymidte

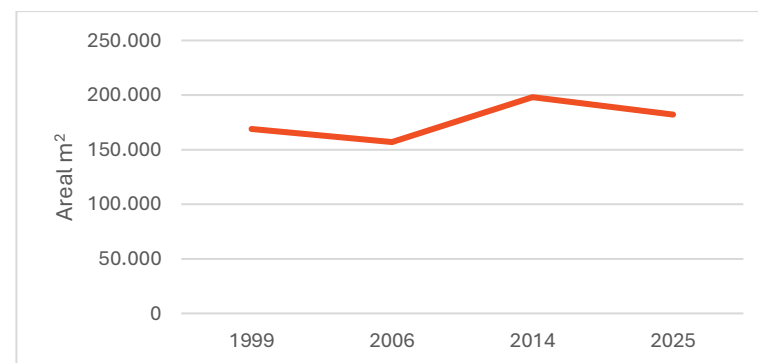
Areal – i bymidterne i de 35 modelbyer

Dagligvarer

Det samlede bruttoareal til dagligvarer i bymidterne i de 35 modelbyer var 198.000 m² i 2014 og er faldet med 8 % til 182.000 m² i 2025. Dette stemmer overens med, at antallet af dagligvarebutikker i samme periode er faldet med knap 9 % i bymidterne.

Set i forhold til udviklingen uden for bymidterne for de 35 modelbyer er arealet til dagligvarebutikker fastholdt i perioden 2014 til 2025. Det betyder, at dagligvarebutikkerne i bymidterne i de 35 bymidter har fastholdt den gennemsnitlige butiksstørrelse på ca. 560 m², mens dagligvarebutikkerne uden for bymidterne for de 35 bymidter gennemsnitligt er steget 16 % til 630 m². I 1999 var dagligvarebutikkerne gennemsnitligt omkring 380 til 390 m² både i bymidterne i de 35 bymidter og uden for bymidterne, men nu er dagligvarebutikkerne gennemsnitligt større uden for bymidterne.

Figur 12: Udvikling i det samlede areal til dagligvarer i bymidterne de 35 modelbyer 1999-2025.



Efter en periode med vækst i antallet af benyttede kvadratmeter, er det samlede areal igen faldende. Af de 35 modelbyer har 23 bymidter eller 66 % haft en tilbagegang i arealforbrug til dagligvarebutikker. Det skal bemærkes, at der er store udsving i arealforbruget både positivt og negativt. Det kan tilskrives opførelse eller lukning af enkelte store dagligvarebutikker såsom supermarkeder og discountbutikker. De har med deres store arealer en tilsvarende stor indvirkning på det samlede areal. Den samlede oversigt over de enkelte bymidters udvikling i areal til dagligvarebutikker kan findes i bilagene.

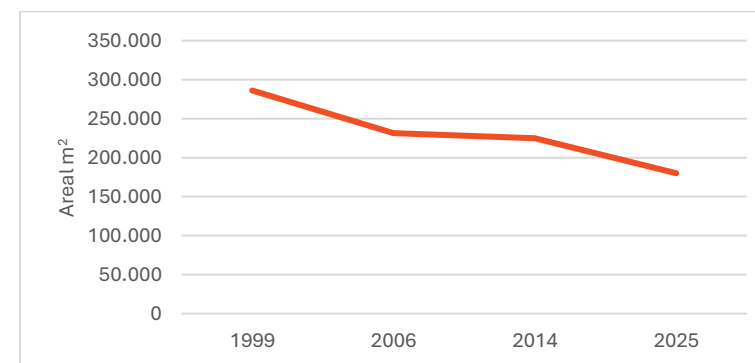
Udvalgsvarer

Arealforbruget til udvalgsvarebutikker i bymidterne i de 35 modelbyer er faldet fra 225.000 m² i 2014 til 178.000 m² i 2025. Dette er et fald på 47.000 m² eller 21 %. I perioden fra 2014 til 2025 er antallet af udvalgsvarebutikker faldet med 19 %, hvilket modsvarer det reducerede areal. Det betyder, at den gennemsnitlige butiksstørrelse er fastholdt på ca. 250 m² i 2014 og 2025 i de 35 bymidter. Den har faktisk ikke ændret sig væsentligt siden 1999 i bymidterne i de 35 modelbyer, hvor den var knap 270 m².

Til gengæld er udvalgsvarebutikkerne uden for bymidterne og i Odense SØ blevet væsentlig større. Arealet til udvalgsvarer er samlet set faldet 19 % i perioden 1999 til 2025 uden for de 35 bymidter og Odense SØ, men den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgsvarebutikker er øget væsentligt. Faktisk er udvalgsvarebutikkerne uden for bymidterne og Odense SØ i gennemsnit 39 % større i 2025 end i 1999. I 1999 var den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgsvarebutikkerne uden for bymidterne 370 m² og i 2025 er tallet 520 m². Der er dog sket en opbremsning i udviklingen i gennemsnitlig butiksstørrelse fra 2014 til 2025, da den her kun er steget 18 %. I 2014 var den gennemsnitlige butiksstørrelse uden for de 35 bymidter og Odense SØ 430 m².

Af de 35 modelbyer har 23 bymidter fået reduceret deres samlede areal til udvalgsvarebutikker. Herudover har 3 af modelbyerne ikke længere udvalgsvarebutikker. Det er Ullerslev, Hesselager og Ollerup.

Figur 13: Udvikling i det samlede areal til udvalgsvarer i bymidterne i de 35 modelbyer 1999-2025.



Omsætning – de 35 bymidter

Ser man på omsætningsudviklingen for de 35 bymidter er det et lidt andet billede der tegner sig end for udviklingen i antallet af butikker og areal. Dette bliver beskrevet i nedenstående. I forhold til omsætningen kan lukning eller opførelse af enkelte butikker kan påvirke omsætningen markant i de enkelte byer, især i de mindre byer. Det kan betyde at omsætningstallene enten stiger eller falder voldsomt. Da formålet med denne opgørelse er et strategisk overblik, er byernes individuelle udvikling ikke gennemgået her. Det er grundet diskretionshensyn til de enkelte butikker i bymidterne.

Dagligvarer

Den samlede omsætning i bymidterne er i perioden 2013 til 2024 steget fra kr. 3,7 mia. kr. til kr. 4,2 mia. kr. i 2024. En stigning på 12 %. Tilsvarende er den samlede omsætning for de 10 kommuner steget fra kr. 12,0 mia. kr. i 2013 til kr. 14,1 mia. kr. i 2024. En stigning på 17 % samlet set for de 10 kommuner. Ser man alene på dagligvarebutikkerne uden for de 35 bymidter, er den samlede dagligvareomsætning steget 21 % fra 2013 til 2024. Omsætningen i dagligvarehandel klarer sig omsætningsmæssigt derfor bedre uden for bymidterne end i de 35 bymidter.

Bymidterne mister dagligvarebutikker i et lavere tempo end kommunerne generelt. Så det skyldes altså ikke, at der er kommet flere dagligvarebutikker uden for bymidterne, men at de dagligvarebutikker der ligger uden for bymidterne, enkeltvis øger omsætningen i et højere tempo, end dagligvarebutikker i bymidten. En del af forklaringen er dog også, at de mindre dagligvarespecialbutikker, der netop ligger i bymidten, har en gennemsnitligt lavere omsætning end de store dagligvarebutikker uden for bymidten.

Det er især i perioden 2013 til 2024 dagligvareomsætningen er steget uden for bymidterne. I perioden 1998 til 2013 steg dagligvareomsætningen 23 % uden for bymidterne, men 28 % i de 35 bymidter.

Tabel 15 Dagligvarer - udviklingen i antal butikker, areal og omsætning fordelt på de 35 bymidter, Odense SØ og Fyn i øvrigt – 1999 til 2025. Omsætningen er i årets priser.

	Antal butikker Udvikling i % 1999-2025	Areal Udvikling i % 1999-2025	Omsætning Udvikling i % 1998-2024
35 bymidter	-24 %	+8 %	+44 %
Odense SØ	+20 %	-20 %	+24 %
Fyn i øvrigt*	-43 %	-	+52 %
I alt	-35 %	+1 %	+47 %

*Uden for bymidterne i de 10 kommuner

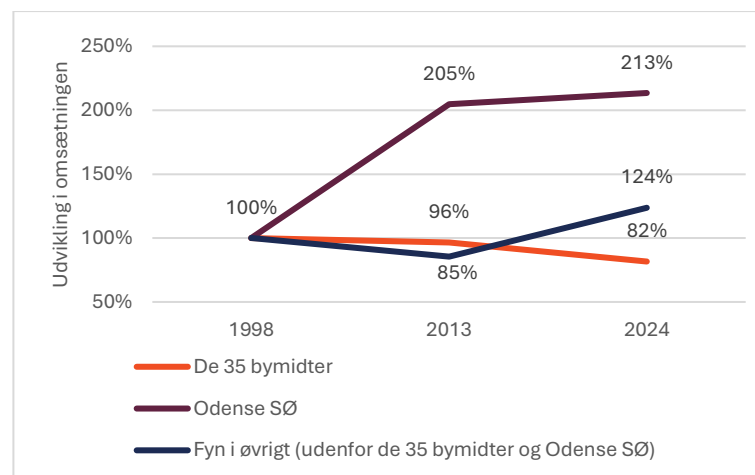


Den Gamle Købmandsgaard, Ærøskøbing bymidte

Udvalgsvarer

Den samlede omsætning af udvalgsvarer i bymidterne er i perioden 2014 til 2025 faldet med 15 %. Fra 3,8 mia. kr. i 2013 til 3,2 mia. kr. i 2024. Dette er et markant fald – også set i relation til at kommunerne som helhed er øget med 3 %. Antallet af udvalgswarebutikker er i bymidterne blevet reduceret med 19 % mens det på kommunalt plan er faldet med 16 %. Som med dagligvarebutikker betyder det, at udvalgswarebutikker uden for bymidter gennemsnitlig har oplevet en stor fremgang i forhold til omsætning, mens det er gået væsentligt tilbage i bymidterne.

Figur 14 Udviklingen i udvalgswareomsætningen 1998 til 2024 fordelt på de 35 bymidter, Odense SØ og Fyn i øvrigt.



Faktisk er udvalgswareomsætningen uden for de 35 bymidter steget med 16% fra ca. 5,4 mia. kr. i 2014 til 6,3 mia. kr. i 2025, mens omsætningen er faldet 15 % i de 35 bymidter. Aflastningsområdet Odense SØ med shoppingcentret Rosengårdcentret, hypermarkedet Bilka og et bredt udbud af store udvalgswarebutikker har en væsentlig betydning og tiltrækker kunder fra hele Fyn. Aflastningsområdet er blevet styrket og udvidet af flere omgange.

Hvis man ser på udviklingen i udvalgswareomsætningen fordelt på de 35 modelbyer, Odense SØ og resten af Fyn fra 1998 til 2024 har de 35 bymidter oplevet fald i udvalgswareomsætning på 18 %, mens Odense SØ har mere end fordoblet udvalgswareomsætningen. I samme periode har Fyn i

øvrigt også oplevet en omsætningsvækst på 24 %. Det på trods af at hver tredje udvalgswarebutik er forsvundet.

Ser man alene på udviklingen fra 2013 til 2024 er udvalgswareomsætningen samlet set fortsat faldende i de 35 bymidter, mens udvalgswareomsætningen har været nogenlunde konstant for Odense SØ.

Til gengæld er udvalgswareomsætningen steget 24 % på Fyn i øvrigt dvs. udenfor de 35 bymidter og Odense SØ. Dette skyldes, at flere kommuner i højere grad har holdt handlen lokalt ved etablering af store udvalgswarebutikker uden for bymidterne. Det betyder, at borgerne i kommunen ikke i samme omfang besøger Odense SØ som tidligere. Det er netop også i denne periode, der har været en markant stigning i e-handel, hvilket gør væksten i omsætningen uden for bymidterne endnu mere markant. Siden 2013 er detailhandlen uden for bymidterne blandt andet styrket i Svendborg, Middelfart, Faaborg, Assens, Rudkøbing og senest i Ringe og Nyborg.

Set i forhold til udvalgswareomsætningen skal det bemærkes, at de store udvalgswarebutikker generelt har en højere gennemsnitlig omsætning end de mere bymidteorienterede butikker.

Tabel 16 Udvalgsvarer - udviklingen i antal butikker, areal og omsætning fordelt på de 35 bymidter, Odense SØ og uden for bymidterne – 1999 til 2025. Omsætningen er i årets priser.

	Antal butikker Udvikling i % 1999-2025	Areal Udvikling i % 1999-2025	Omsætning Udvikling i % 1998-2024
35 bymidter	-34 %	-38 %	-18 %
Odense SØ	+33 %	+71 %	+113 %
Fyn i øvrigt*	-33 %	-29 %	+24 %
I alt	-33 %	-18 %	+ 22 %

*Uden for bymidterne i de 10 kommuner

6. Befolkningsudviklingen

Af de 35 modelbyer har 25 byer oplevet en befolkningstilvækst i perioden 2014 til 2025. Væksten er generelt størst i de større byer, mens de mindre byer oplever en generel nedgang. Denne urbaniseringstendens er generelt for hele Danmark hvor husstande i højere og højere grad flytter mod de tilbud og den effektivitet, større byer tilbyder.

Samlet set er befolkningen i modelbyerne steget med knap 7 %. Således er den samlede befolkning i de 35 modelbyer i 2025 347.299 personer, hvilket dækker 68 % af det samlede indbyggertal på Fyn.

Tabel 17 Antal indbyggere i de 35 byer 2014 og 2025.

Byer	2014	2025	Procent
Lohals	468	433	-7 %
Humble	627	581	-7 %
Hesselager	891	828	-7 %
Ærøskøbing	930	932	-
Gislev	1.299	1.238	-5 %
Nørre Broby	1.444	1.456	1 %
Ollerup	1.399	1.586	13 %
Kværndrup	1.637	1.680	3 %
Gelsted	1.701	1.702	-
Ørbæk	1.592	1.752	10 %
Marstal	2.306	2.035	-12 %
Ejby	1.967	2.154	10 %
Tommerup St. by	2.365	2.469	4 %
Haarby	2.460	2.533	3 %
Ullerslev	2.732	2.714	-1 %
Nørre Aaby	2.949	3.196	8 %
Aarup	3.120	3.237	4 %
Vissenbjerg	3.118	3.251	4 %
Glamsbjerg	3.205	3.322	4 %
Søndersø	3.059	3.327	9 %
Bogense	3.721	4.019	8 %
Årlev	3.700	4.447	20 %
Langeskov	4.007	4.456	11 %
Rudkøbing	4.537	4.485	-1 %
Otterup	4.958	5.263	6 %
Strib	4.449	5.280	19 %
Munkebo	5.580	5.423	-3 %
Assens	5.956	5.952	-
Kerteminde	5.855	6.128	5 %
Faaborg	7.178	6.763	6 %
Ringe	5.693	6.822	20 %
Middelfart	14.815	16.749	13 %
Nyborg	16.528	17.990	9 %
Svendborg	26.672	27.616	4 %
Odense	172.512	185.480	8 %
I alt			

7. Turismens betydning

Turismen har en væsentlig betydning for udviklingen i de enkelte byer og kommuner, også når det gælder detailhandel og kommercielt byliv.

Der er siden 2014 sket en væsentlig stigning i turismen på Fyn. I destination Fyn er antallet af kommercielle overnatninger steget ca. 30 % fra 3,2 mio. til 4,2 mio. overnatninger i 2024. I denne opgørelse er ikke indregnet endagsbesøgende og brugere af eget sommerhus. Ifølge tal fra "Udviklingsplan for Fyn og Øerne 2030" er der i alt 12.500 feriehuse på Fyn, heraf udlejes 8.400 huse, svarende til 2/3.

Det er klart, at turismen ikke har den samme betydning i alle kommuner, og udviklingen har heller ikke været den samme. Antallet af overnatninger er størst i Middelfart og Odense med i alt 573.000 overnatninger i 2024, mens Langeland, Nordfyn og Svendborg følger lige efter med 512.000 til 555.000 overnatninger. Assens har det laveste antal overnatninger med i alt 271.000 overnatninger i 2024. De fleste kommuner på Fyn har oplevet en stor vækst i antallet af overnatninger. Størst er væksten på Ærø og Nordfyn på 18 % fra 2017 til 2024, og i Assens på 17 % i samme periode. Den eneste kommune som har oplevet et fald i antal overnatninger fra 2017 til 2024 er Kerteminde på 6 %.

Som udgangspunkt giver overnatninger ofte grobund for en højere turismeomsætning og dermed også en potentiel detailhandelsomsætning. Omvendt kan en destination være så spændende at den i sig selv tiltrækker turister, også selv om de ikke overnatter i området.

Ved gennemgangen af de 35 modelbyer ses tydeligt, at nogle af bymidterne har et væsentligt tilskud fra turister og er en del af oplevelsestilbuddet på Fyn. I en turismeundersøgelse 2022 – destination Fyn svarede ca. 43 % at et af rejsemotiverne for at vælge Fyn var det lokale byliv og oplevelser og ca. 18 % valgte Fyn på grund af shopping. I bymidter som for eksempel Ærøskøbing, Marstal, Rudkøbing, Kerteminde, Bogense og Faaborg fylder turismen meget både set i forhold til udvalget af butikker og spisesteder.

Som en del af en fælles udviklingsplan for at styrke turisme på Fyn er et af indsatsområderne levende købstæder med fokus på at udvikle købstæderne til "reasons to go" og skabelse af levende og attraktive havnemiljøer.



Patina - butiksællesskab, Kerteminde bymidte

8. Bilag

		BEFOLKNING I BYEN			ANTAL DAGLIGVAREBUTIKKER			ANTAL UDVALGSVAREBUTIKKER			ANTAL SPISESTEDER			ANTAL UNDERHOLDNING		
BYMIDTE	Kommune	2014	2025	Ændring	2014	2025	Ændring	2014	2025	Ændring	2014	2025	Ændring	2014	2025	Ændring
ASSENS	Assens	5.956	5.952	-	10	10	-	35	31	-11 %	14	21	50 %	3	5	67 %
GLAMSBJERG	Assens	3.205	3.322	4 %	8	5	-38 %	11	7	-36 %	5	8	60 %	1	1	-
HAARBY	Assens	2.460	2.533	3 %	7	7	-	12	6	-50 %	6	7	17 %	1	1	-
TOMMERUP ST. BY	Assens	2.365	2.469	4 %	3	3	-	7	6	-14 %	2	3	50 %	0	0	-
VISSENBJERG	Assens	3.118	3.251	4 %	6	6	-	1	2	100 %	2	3	50 %	2	2	-
AARUP	Assens	3.120	3.237	4 %	7	7	-	17	11	-35 %	5	6	20 %	3	4	33 %
FAABORG	Faaborg Midtfyn	7.178	6.763	-6 %	23	17	-26 %	53	47	-11 %	15	17	13 %	5	5	-
GISLEV	Faaborg Midtfyn	1.299	1.238	-5 %	2	1	-50 %	1	1	-	3	0	-100 %	1	0	-100%
KVÆRNDUP	Faaborg Midtfyn	1.637	1.680	3 %	2	2	-	4	1	-75 %	1	4	300 %	1	1	0%
NØRRE BROBY	Faaborg Midtfyn	1.444	1.456	1 %	4	1	-75 %	1	1	-	1	1	-	1	1	-
RINGE	Faaborg Midtfyn	5.693	6.822	20 %	18	10	-44 %	42	21	-50 %	15	8	-47 %	4	2	-50%
ÅRSLEV	Faaborg Midtfyn	3.700	4.447	20 %	4	5	25 %	3	2	-33 %	1	1	-	0	1	-
KERTEMINDE	Kerteminde	5.855	6.128	5 %	14	13	-7 %	29	30	3 %	9	19	111 %	4	5	25%
LANGESKOV	Kerteminde	4.007	4.456	11 %	7	9	29 %	11	7	-36 %	2	3	50 %	0	0	-
MUNKEBO	Kerteminde	5.580	5.423	-3 %	8	7	-13 %	1	1	-	2	2	-	1	1	-
HUMBLE	Langeland	627	581	-7 %	4	4	-	6	2	-67 %	2	3	50 %	0	0	-
LOHALS	Langeland	468	433	-7 %	2	2	-	5	1	-80 %	7	3	-57 %	1	1	-
RUDKØBING	Langeland	4.537	4.485	-1 %	13	12	-8 %	48	36	-25 %	12	17	42 %	4	4	-
EJBY	Middelfart	1.967	2.154	10 %	5	7	40 %	7	2	-71 %	3	5	67 %	0	0	-
GELSTED	Middelfart	1.701	1.702	-	2	2	0 %	0	1	-	6	2	-67 %	0	0	-
MIDDELFART	Middelfart	14.815	16.749	13 %	25	22	-12 %	66	39	-41 %	23	28	22 %	4	3	-25 %
NØRRE AABY	Middelfart	2.949	3.196	8 %	8	8	-	2	5	150 %	3	4	33 %	2	2	-
STRIB	Middelfart	4.449	5.280	19 %	4	2	-50 %	1	1	-	2	2	-	1	1	-
BOGENSE	Nordfyn	3.721	4.019	8 %	8	9	13 %	27	18	-33 %	15	13	-13 %	2	2	-
OTTERUP	Nordfyn	4.958	5.263	6 %	12	13	8 %	16	18	13 %	8	9	13 %	1	1	-
SØNDERSØ	Nordfyn	3.059	3.327	9 %	8	6	-25 %	7	4	-43 %	3	3	-	1	1	-
NYBORG	Nyborg	16.528	17.990	9 %	24	15	-38 %	66	45	-32 %	22	24	9 %	5	8	60%
ULLERSLEV	Nyborg	2.732	2.714	-1 %	4	2	-50 %	0	0	-	1	1	-	0	0	-
ØRBÆK	Nyborg	1.592	1.752	10 %	6	5	-17 %	4	1	-75 %	4	2	-50 %	0	0	-
ODENSE	Odense	172.512	185.480	8 %	57	69	21 %	239	212	-11 %	209	270	29 %	18	35	94%
HESSELAGER	Svendborg	891	828	-7 %	4	1	-75 %	2	0	-100 %	2	2	-	0	0	-
OLLERUP	Svendborg	1.399	1.586	13 %	1	2	100 %	0	0	-	1	1	-	0	0	-
SVENDBORG	Svendborg	26.672	27.616	4 %	36	33	-8 %	127	108	-15 %	47	61	30 %	7	7	-
MARSTAL	Ærø	2.306	2.035	-12 %	5	2	-60 %	15	17	13 %	11	14	27 %	2	1	-50%
ÆRØSKØBING	Ærø	930	932	-	4	5	25 %	17	27	59 %	12	15	25 %	2	5	150%

Tabel 18: Oversigt over de 35 bymidter