



Status og baggrund – forår 2025

Shopping Svendborg har aktuelt 125 medlemmer indenfor detailhandel, serviceerhverv og restauration. Disse virksomheder repræsenterer tilsammen 2.664 ansatte på arbejdspladser ved vore medlemmer.

Når vi kigger specifikt på udviklingen af arbejdspladser/beskæftigelse ved en sammenligning mellem November 2022 og November 2024 er der dog en alarmerende udvikling for midtbyen:

Ansatte hos Shopping Svendborg medlemmer

(kun medlemmer i "handelsbyen/midtbyen")

Antal 2022:	Antal 2024:	Ændring:	Årsværk 2022:	Årsværk 2024:	Ændring:
1935	1825	-110	1321	1185	-136

Denne kedelige udvikling kendetegner midtbyen, for i den samlede medlemsportefølje er der små positive forandringer, som altså er udvikling UDENFOR bymidten (bilforhandlere, servicevirksomheder, m.fl. billige udenfor centrum):

Ansatte hos Shopping Svendborg medlemmer:

(alle medlemmer overalt, dvs også udenfor centrum)

Antal 2022:	Antal 2024:	Ændring:	Årsværk 2022:	Årsværk 2024:	Ændring:
2608	2664	56	1884	1888	4

Tallene er baseret på oplysninger fra CVR-registret og Skat i hhv. November 2022 og November 2024.

Aktuelt beder vi om finansiering fra Svendborg Kommune i samspil med egne og private midler, herunder er nyt samarbejde med midtbyens udlejere af erhvervslejemål samt fonde.

Målet er en samlet finansiering på en million kroner, som vil give et øjeblikkeligt løft til den trængte by, hvor der blot de seneste måneder er iagttaget en række lukninger og konkurs blandt midtbyens butikker; Kings & Queens, Kop & Kande, Hunkemöller, Jannie K. m.fl. Lukninger præger både Møllergade, Gerritsgade og Kattesundet. Der er således ikke tale om en "gade-tendens".

For rimeligheden i en kommunal medfinansiering af nye tiltag har vi via vores medlemskab i Danske Handelsbyer opsøgt data for kommunal medfinansiering i sammenlignelige kommuner, de i indbyggertal ligner Svendborg:

Kommune	Tilskud (kr.):	Antal indbyggere (jan 2024):	Tilskud pr. indbygger (kr.):
Ringkøbing	1.450.000	56.218	25,8
Haderslev*	720.000	55.438	13,0
Nybøbing Falster	600.000	59.759	10,0
Skanderborg	600.000	65.205	9,2
Holstebro*	300.000	59.016	5,1
Hjørring*	200.000	63.544	3,1
Gennemsnit:			10,8

*) Disse kommuner betaler herudover yderligere, f.eks. omkostninger til strøm for julebelysning. Det skal nævnes at Svendborg Kommune i dag bidrager med 55.000 kroner til julen (juletræ på Torvet).



Planen som beskrives i dette materiale, er en handlingsplan for 2025, som forudsætter en politisk opbakning på 500.000 kroner, med en tilsvarende finansiering fra Shopping Svendborg og partnere/udlejere/fonde m.v.

Samtidig er dette også et klart signal om, at hvis Svendborg skal prioritere en aktiv og positiv udvikling i handelsbyen i fremtiden, vil det være naturligt at afsætte væsentlige midler til Shopping Svendborgs indsatser i årene 2026-2029, når der forhandles budget til sommer. Baseret på foranstående tabel er det vor opfattelse, at Svendborg Kommune med et fast, årligt bidrag på 500.000 kr. vil være med til at gøre en betragtelig forskel i arbejdet for at bevare og styrke handelsbyen.

Det skal også nævnes, at Shopping Svendborg igennem 10 år har været en aktiv part i SvendborgEvent (i dag Svendborg Event & Turisme), og årligt køber ydelser (administration, opgaveløsning, ”hænder og fødder” for midtbyen og Svendborg Bycenter) for 725.000 kroner dér. Ved siden af dette beløb afholder Shopping Svendborg så omkostninger til aktiviteter og markedsføring.

Det skal desuden fremhæves, at Shopping Svendborg ved sin indsats i 2024 skabte direkte lokal handel på 2,4 mio. kr. via drift af vores gavekortsordning, hvilket viser at driften af en fælles gavekort-ordning er vigtig for at fastholde omsætning og lokal handel i byen.

Herudover har Shopping Svendborg oplevet netto medlemstilgang over de seneste år, blandt andet ved indførelse af en kontingentstruktur, hvor selv de allermindste butikker har mulighed for at være med.

Med et kommunalt bidrag på 500.000 kr. (samt tilsvarende privat finansiering) i 2025 vil Shopping Svendborg iværksætte følgende tiltag:

- 1. Kampagner/Markedsføring – 200.000 kr.**
- 2. Dekoration/Forskønnelse – 75.000 kr.**
- 3. Aktiviteter/Oplevelser – 225.000 kr.**
- 4. Julemarked på Torvet – 250.000 kr.**
- 5. Data og analyse – 175.000 kr.**
- 6. Administration – 75.000 kr.**

Tiltagene beskrives mere konkret på side 9-10, mens der på de følgende sider findes baggrundsmateriale.

Med venlig hilsen

Martin Larsen
Formand



Langsigtet strategi for årene 2025-2029

Styrkelse af Svendborg som handelsby gennem finansiering, samarbejde og data



1. Mission og Vision for Svendborg som handelsby

Mission

Svendborg skal være en levende, attraktiv og bæredygtig handelsby, hvor detailhandel, turisme og kulturliv går hånd i hånd. Byen skal tilbyde oplevelser, der kombinerer et stærkt butiksmiljø, lokale specialbutikker og kulinariske og kulturelle oplevelser med en smidig og bekvem kunderejse, herunder med attraktive byrum og gode parkeringsforhold.



Vi skal skabe rammerne for et attraktivt byliv, hvor borgere, besøgende og erhvervsliv har lyst til at handle, opleve og investere.

Vision

Svendborg skal være Fyns mest inspirerende handelsby, hvor den historiske bymidte og den maritime havnefront er med til at sikre unikke oplevelser omkring midtbyen. Med en stærk detailhandel, engagerede udlejere og en kommune, der understøtter arbejdet i Shopping Svendborg, skal vi sikre en handelsby i positiv udvikling, der kan konkurrere med både andre byer og Rosengårdscentret ved at tilbyde autenticitet, oplevelser, bekvemmelighed og levende handelsgader.

2. Status og Udfordringer

Svendborgs handelsliv er under pres fra e-handel, ændrede forbrugsmønstre og konkurrence, herunder særligt Rosengårdscentret. Med gratis parkering og længere åbningstider samt et meget stort udbud af butikker/varegrupper, er Rosengårdscentret en magnet på hele Fyn.

Svendborgs handelsbalance og konkurrencesituation

Detailhandelsanalysen viser at Svendborg har en relativt stabil handelsbalance, men at byens handelsliv er under pres fra både e-handel og stærke konkurrenter som Odense SØ og Rosengårdscentret. Særligt på udvalgsvareområdet oplever Svendborg en hård konkurrence, da 91 % af butikkerne i Odense SØ er udvalgsvarebutikker, som samler et bredt vareudbud ét sted. Det gør det nemt for kunderne at finde alt, hvad de skal bruge, hvilket er en af de store udfordringer for Svendborgs handelsliv.

Detailhandlen i bymidten har oplevet et fald i antallet af butikker (jf. Detailhandelsanalysen for Svendborg fra 2024), samtidig med at både lønpres og stigende priser udfordrer butikkerne.

For at fastholde og udbygge Svendborgs handelsbalance er det nødvendigt at styrke byens profil som en oplevelsesorienteret handelsdestination, hvor detailhandel kombineres med kultur, gastronomi og events. Svendborgs største fordel er byens unikke kombination af historisk bymidte, maritimt miljø og specialbutikker, men uden en aktiv strategi risikerer handelsbalancen at falde yderligere.

Samtidig viser detailhandelsanalysen, at handelslivet i Svendborg i stigende grad er afhængig af besøgende og turister. Turister bidrager med ca. 200 mio. kr. årligt til detailhandlen, og en stor del af omsætningen i bymidten sker i højsæsonen. Det understreger behovet for at udvikle en strategi, der både fastholder de lokale kunder og tiltrækker flere besøgende uden for sommersæsonen

Nationale tendenser:

- Ifølge Dansk Erhverv er detailhandlens fysiske omsætning faldet med 15 % siden 2017 pga. e-handelens fremmarch.
- Antallet af fysiske butikker er faldet med ca. 10 % i perioden 2019-2023, mens storcentre har fastholdt deres butiksantal og endda oplevet vækst.
- Shoppingcentre oplever en vækst på 5-8 % årligt grundet deres bekvemmelighed, gratis parkering og brede butiksmiks.



- Dagligvarebutikker klarer sig bedre end udvalgsvarebutikker, da de sikrer daglig trafik og loyale kunder.

Svendborgs udvikling:

- Antallet af butikker i Svendborg Kommune er faldet med 16 % siden 2017 (tal fra maj 2024 – siden er udviklingen kun forværret).
- Butiksarealet er dog steget (enkelte større butikker/udvidede lejemål)
- Handelsbalancen er forbedret, men afhængigheden af turister og besøgende er stigende.

3. Danske Handelsbyers anbefalinger til levende handelsbyer

For at adressere disse udfordringer kan vi lade os inspirere af best practices fra andre danske handelsbyer. Danske Handelsbyers anbefalinger giver en værdifuld ramme for, hvordan Svendborg kan styrke sin handelsby.

Som medlem af Danske Handelsbyer er Shopping Svendborg med i et netværk af 56 handelsbyer under Dansk Erhverv, der arbejder for at styrke danske handelsbyer. Organisationen har samlet sine erfaringer i fem centrale anbefalinger, som kan være med til at styrke Svendborgs handelsliv:

1. **Strategisk samarbejde:** Bymidten skal udvikles gennem et forpligtende samarbejde mellem detailhandel, udlejere, kommune og kultur- og turismeaktører.
2. **Stabil finansiering:** Byens handelsliv kræver faste midler til markedsføring, events og udsmykning af bymidten, som ikke kun finansieres af butikkerne.
3. **Øget kundeflow:** Attraktive aktiviteter, shoppingkampagner og oplevelser skal trække besøgende til bymidten.
4. **Synergi mellem turisme og handel:** Svendborgs brand som maritim, kulinarisk og kulturel by skal understøtte handelslivet.
5. **Storytelling og branding:** En klar fortælling om Svendborg som handelsdestination skal skabe sammenhæng mellem byens kvaliteter.

4. Strategiske Indsatser

4.1. Finansiering af en langsigtet og bæredygtig udvikling af Svendborg som handelsby

For at sikre en stabil og langsigtet udvikling af handelsbyen Svendborg, er det nødvendigt med en fast finansiering. Shopping Svendborg vil derfor opfordre til en model, hvor Svendborg Kommune bidrager med 500.000 kr. årligt fra 2025.

Den kommunale finansiering skal understøtte strategiske tiltag som markedsføring, udsmykning, eventaktiviteter, data og handelsfremmende initiativer, der gør Svendborg til en stærkere handelsby.

Denne finansiering ledsages af en egenfinansiering på minimum 500.000 kr. årligt fra Shopping Svendborg, udlejere, fonde, banker og andre private aktører. Dermed sikres det, at der skabes en solid finansiel ramme, hvor både offentlige og private midler investeres i udviklingen af byens handelsliv.



Målet er at skabe en fast finansieringsmodel, der giver handelsbyen mulighed for at arbejde strategisk og målrettet over flere år, fremfor kortsigtede enkeltstående projekter.

Shopping Svendborg vil arbejde på:

- Sikre større driftsfinansiering til Shopping Svendborg, hvor medlemmer/butikker, udlejere og kommunen bidrager i fællesskab, målsætning 1 million kroner.

4.2 Øget markedsføring og synliggørelse af Svendborgs unikke shoppingoplevelse

For at modvirke konkurrencen fra Odense og Rosengårdscentret er det afgørende at synliggøre Svendborgs unikke oplevelser gennem en styrket markedsføring.

Detailhandelsanalysen viser, at kunder i stigende grad forventer en oplevelse, hvor handel kombineres med kultur, byliv og events. Shopping Svendborg vil derfor lave kampagneindsatser, der profilerer Svendborgs handelsliv som en oplevelse, frem for blot en indkøbsdestination.

Shopping Svendborg vil gerne gøre følgende indsatser:

- Målrettet markedsføring af oplevelser til områderne omkring os, herunder online annoncering, der skal øge opmærksomheden og interessen for at komme til Svendborg.
- Udvikling af en "Handl lokalt"-kampagne, der fokuserer på borgerne i Svendborg Kommune og fordelene ved at handle i Svendborg online eller tage turen til Rosengårdscentret.

4.3 Tættere samarbejde mellem Shopping Svendborg, udlejere og Svendborg Kommune

For at sikre en langsigtet og stabil udvikling vil Shopping Svendborg arbejde for at etablere en handelsby-strategigruppe, hvor repræsentanter fra detailhandel, erhvervsudlejere, turistbranchen, politikere og kommunen samles kvartalsvis for at koordinere indsatsen. Her vil Shopping Svendborg kunne redegøre for indsatser og effekter.

Shopping Svendborg vil gerne gøre følgende indsatser:

- Handelsby-gruppe med kvartalsmøder mellem relevante parter.
- Udvikling af en samlet strategi for butikssammensætningen, der sikrer en god balance mellem kædebutikker og unikke specialforretninger.
- Gennemsigtig dialog om byudvikling og detailhandel, hvor kommunen inddrager Shopping Svendborg i beslutninger om infrastruktur og planlægning.
- Fortsat Shopping Svendborg-deltagelse i Arkitekturråd, Erhvervsråd og diverse høringer, workshops, temamøder m.v.
- Inkludering af ikke-medlemmer af Shopping Svendborg på de fem årlige morgenmøder, så også handelsaktører uden for Shopping Svendborg får indblik i indsatser samt får mulighed for at komme med input til den strategiske udvikling af handelsbyen. Politikere og embedsværket er også altid velkommen.



4.4 Borgerinddragelse og fælles ejerskab til handelsbyens udvikling

For at sikre, at handelsbyen udvikles i en retning, der afspejler både erhvervslivets og borgernes ønsker, vil Shopping Svendborg øge inddragelsen af lokalsamfundet. Erfaringer fra europæiske handelsbyer viser, at høj borgerinddragelse ikke alene skaber lokal opbakning, men også øger byens samlede handel og omsætning.

Derfor vil Shopping Svendborg iværksætte en række initiativer, der giver borgerne mulighed for at deltage aktivt i udviklingen af handelsbyen.

Shopping Svendborg vil gerne gøre følgende indsatser:

- Afholde et årligt borgerrettet handelsmøde, hvor både borgere, butiksejere, kommune og andre aktører kan komme med input til handelsbyens udvikling. Fokus vil være på at samle ideer til events, byrum og oplevelser, der kan styrke bymidten.
- Etablere en digital idébank, hvor borgere kan indsende forslag til initiativer, oplevelser og nye handelsaktiviteter i byen.
- Involvere borgere i konkrete handelsinitiativer, f.eks. gennem frivillig inddragelse i julemarkeder, udsmykning eller udvikling af oplevelsesbaseret shopping.

4.5 Styrkelse af julehandlen – julemarked og lokal julehandel

Julehandlen er en af de vigtigste sæsoner for handelslivet i Svendborg, og en strategisk indsats for at øge omsætningen i denne periode har stor betydning for byens detailhandel. For at gøre Svendborg til en endnu stærkere destination i julemånederne vil Shopping Svendborg arbejde for at skabe en mere oplevelsesrig julehandel, der både tiltrækker besøgende og fastholder lokale kunder.

Etablering af et årligt julemarked

Et tilbagevendende julemarked på Torvet skal være den nye, centrale del af Svendborgs julehandel og byens identitet i december. Inspirationen hentes fra succesfulde julemarkeder i andre danske købstæder og europæiske byer, hvor en kombination af juleboder, specialvarer og særligt kulinariske oplevelser skaber en unik atmosfære.

Strategi for lokale virksomheders køb af julegavekort

For at sikre, at en større del af julehandlen bliver i Svendborg, vil Shopping Svendborg også styrke omsætningen af lokale gavekort. Mange virksomheder køber julegaver til deres medarbejdere, og en målrettet indsats skal bidrage til at flere lokale virksomheder vælger gavekort til Shopping Svendborg, så indsatsen kan bidrage til at støtte op om de lokale butikker

Shopping Svendborg vil gerne gøre følgende indsatser:

- Etablering af et årligt julemarked på Torvet, hvor lokale butikker, kunsthåndværkere og fødevarerproducenter kan sælge deres varer.
- Inddrage byens restauranter og caféer, så der skabes en helhedsoplevelse med julegodter, gløgg, specialiteter og varme drikke.
- Yderligere juleaktiviteter, der kan inkludere musik, børneunderholdning og juleoptog.
- Udvikle videre på byens stemningsfulde julebelysning, der understøtter markedets atmosfære og skaber en sammenhængende oplevelse i hele handelsbyen.
- Indgå i samarbejde med turistaktører, så julemarkedet også tiltrækker besøgende fra Fyn og de nærliggende øer.



- En målrettet B2B-kampagne og personlig indsats, der opfordrer lokale virksomheder til at købe julegavekort til medarbejdere.
- Promovering af julegavekortene i julemarkedsperioden, så både private og virksomheder motiveres til at handle lokalt.

4.6 Forbedret parkering og convenience

Detailhandelsanalysen fremhæver, at parkering er en af de vigtigste faktorer for, hvor kunderne vælger at handle. Svendborgs konkurrenter, særligt Rosengårdscentret, tilbyder gratis parkering, hvilket gør det nemmere og billigere at handle der. Betalingsparkering i Svendborg kan derfor være en barriere for kunder, der sammenligner med alternativerne.

Shopping Svendborg vil arbejde for:

- Differentieret parkeringsstruktur, hvor de mest centrale pladser forbeholdes korttidsparkering for handlende, mens der etableres langtidsparkering uden for bymidten.
- Mulighed for gratis parkering i udvalgte tidsrum, f.eks. de første 2 timer, for at gøre det mere attraktivt at handle i bymidten, eller perioder i forbindelse med kampagnefremstød.
- Bedre skiltning og wayfinding, så kunder nemt kan finde de mest tilgængelige parkeringsmuligheder.
- Flere bynære parkeringspladser.
- Flere Click & Collect-zoner i bymidten.

4.7 Datadrevet beslutningstagning for handelsbyen

Detailhandelsanalysen understreger vigtigheden af at basere handelsudviklingen på data, så indsatserne kan målrettes bedst muligt. Shopping Svendborg vil derfor styrke arbejdet med at indsamle og anvende data til at måle effekten af markedsføring, events og kampagner.

Shopping Svendborg vil arbejde for:

- Målrettet brug af persontællere til at overvåge kundeflow i bymidten og måle effekten af events.
- Brug af f.eks. betalingsdata eller teledata for at analysere kundernes oprindelse og forbrugsmønstre.
- Evaluering af kampagner gennem kundeundersøgelser og dataanalyse.



Budget for indsatser i 2025

Total finansiering: 1.000.000 kr.

(500.000 kr. fra Svendborg Kommune + 500.000 kr. egenfinansiering fra Shopping Svendborg, udlejere, fonde og banker)

1. Kampagner/Markedsføring – 200.000 kr.

2. Dekoration/Forskønnelse – 75.000 kr.

3. Aktiviteter/Oplevelser – 225.000 kr.

4. Julemarked på Torvet – 250.000 kr.

5. Data og analyse – 175.000 kr.

6. Administration – 75.000 kr.

1. Markedsføring – 200.000 kr.

Formålet er at øge kendskabet til Svendborg som handelsby og tiltrække flere besøgende til byens butikker gennem en stærk og målrettet markedsføringsindsats.

- Online kampagner
Fokus på sociale medier (Facebook, Instagram) for at målrette markedsføringen mod relevante målgrupper.
- Mediekampagner
Fokus på traditionelle massemedier som avis, radio, tv, magasiner
- Storytelling
Redaktionelle tiltag som artikler, TV m.v. om handelslivet i Svendborg.

2. Dekoration – 75.000 kr.

Investering i byens visuelle identitet og stemning gennem sæsonbetonet dekoration, der kan genbruges flere år frem.

- Forår/Sommer
Blomsterudsmykning, bylivsaktiverende dekoration, stil: lidt som "paraplyerne ved Børsen".
- Vinter
(Jule-)Belysning, der understøtter en hyggelig atmosfære.

3. Aktiviteter – 200.000 kr.

Formålet er at øge kundeoplevelsen og styrke byens attraktion som handelsdestination.

- Events i forsommer og sommer:
Aktiviteter, der skaber liv i byen, f.eks. marked, musik, børneunderholdning.
- Efterår
Kampagner, workshops og events, der tiltrækker familier og handlende i lavsæsonen.



4. Julemarked – 250.000 kr.

Etablering og afvikling af et årligt julemarked på torvet i Svendborg, der skal styrke byens julehandel.

- Leje af boder og teknisk udstyr
Inklusive opstilling og nedtagning.
- Markedsføring af julemarkedet
Regional markedsføring, PR-indsats.
- Underholdning og aktiviteter
Musik, børneaktiviteter, nisseoptog og andre oplevelseselementer.
- Drift og logistik
El, sikkerhed og servicepersonale.

5. Data og analyse – 150.000 kr.

Målet er at indsamle data til strategisk udvikling af handelsbyen og måle effekten af aktiviteterne, herunder teledata, omsætningsdata og/eller persontælling i gågaderne.

6. Administration – 75.000 kr.

Drift og administration af Shopping Svendborgs fremstød, kampagner og aktiviteter, herunder koordinering, medlemsservice og projektstyring. Desuden møder, kommunikation med medlemmer og samarbejdspartnere.

Succeskriterier/Effektmåling på indsatser (drøftelse bør pågå):

For at sikre, at de strategiske indsatser i denne handlingsplan fører til målbare resultater, opstilles en række konkrete succeskriterier. Disse kriterier skal fungere som pejlemærker for udviklingen af Svendborgs handelsby og vil løbende blive evalueret.

- Finansiering: Opnå en fast kommunal medfinansiering på 500.000 kr. pr. år, og dermed sikre finansiering på mindst 1 mio. kr. årligt.
- Butiksudvikling: Nedbringe andelen af tomme butikslokaler i bymidten med 20% inden 2029.
- Kundeflow: Øge antallet af besøgende i handsgaderne med 10 % inden 2029.



Nuværende aktivitetsplan og indsatser UDEN ekstra finansiering for 2025:

- Forår
 - Open by Night
 - Biler i Byen

- Sommer
 - Ugeprogram med gentagelser
 - Børneaktiviteter

- Efterårsferie
 - Shopping pas

- Jul
 - Julemand
 - Juletræstænding
 - Black Friday – Længere åbent
 - Det Lille Futtog

Hertil kommer Bycenter-aktiviteter i deres eget budget, men håndteret af Shopping Svendborg.

Udover de oplyste aktiviteter er Shopping Svendborg ophavsmand til følgende indsatser i 2025 (igen UDEN ekstra finansiering):

- 5 årlige morgenmøder, hvor medlemmerne mødes for at drøfte detailhandlens udfordringer og muligheder, blive opdateret på nye indsatser i byen og få inspiration fra eksterne
- Vælgermøde for detailhandlen
- Tæt samarbejde med Svendborg Event & Turisme, for at understøtte turiststrømmen til handelslivet.
- Deltagelse i Erhvervsrådet for at bidrage til erhvervsudvikling og sparring omkring vækstmuligheder.
- Deltagelse i relevante kommunale fora og møder
- Deltager i Arkitekturrådet for at påvirke byens fysiske udvikling og attraktive byrum m.v.
- Drift af gavekortordning med omsætning 2,4 millioner kr.
- Eget website, nyhedsmails, SoMe-kanaler og håndtering af kampagner og markedsføring

Ovenstående er indeholdt i Shopping Svendborgs nuværende driftsbudget, og yderligere aktiviteter, markedsføring og indsats vil være betinget af yderligere finansiering, jf. dette oplæg.