



10. januar 2011

12 gode grunde til at bevare butikkerne i byerne

Følgende fordele kan dokumenteres:

1. Økonomi

Butikker kan ikke skabe byer alene, men detailhandlen er en uomtvistelig del af det urbane liv. Uden butikker, ingen by. Uden byer – hvad gør vi så? Levende byer er drivkraften i samfundet; de tiltrækker kapital: Erhverv, viden, kultur, indbyggere og besøgende. Uden levende byer reduceres det offentlige rum, hvilket på sigt er til skade for demokratiet.

2. Velstand

Levende byer øger livskvaliteten hos det enkelte menneske. De kvaliteter, et levende bymiljø kan bidrage med, er ikke overflødige, men fundamentalt betydningsfulde. Et levende handelsmiljø er en afgørende del af en levende by og kan være en vigtig del af det enkelte menneskes oplevelse af at deltage i samfundet.

3. De sociokulturelle aspekter

Handelsmiljøer er sociale og kulturelle miljøer, og butikker er miniverdener med et stort potentiale. De er med til at holde nærsamfund sammen, bidrager til at gøre steder til noget helt særligt og kan øge både den lokale fællesskabsfølelse og de globale relationer. Mange, små butikker skaber variation, mangfoldighed og nærhed.

4. Integration og initiativ

Byer med en fintmasket butiksstruktur optimerer mulighederne for selvstændige initiativer – her kan f.eks. små designere, lokale fødevarerproducenter og immigranter skabe en forretning. Butikker i en urban sammenhæng virker integrerende (hypermarkeder gør det modsatte, da de ikke deltager i lokale sammenhænge, hverken fysisk eller kulturelt).

5. Magtforhold

Wal-Mart i USA opnåede i løbet af 1990'erne så store markedsandele, at de kunne være med til at styre produktionen af både fødevarer og kulturprodukter. Kravet om lave priser på fødevarer havde - og har - en ugunstig indflydelse på dyrevelfærd og sundhed, og kravet om 'ufarlige' kulturprodukter, f.eks. magasiner, bøger og musik, er ikke i overensstemmelse med ideen om mangfoldighed, åbenhed, udvikling og tolerance. Resultatet af en liberalisme, der er løbet løbsk, er et sammenbrud af ideerne om frihed, fri konkurrence og selvstændige initiativer.

6. Erfaringer

Erfaringer fra udlandet viser, at de negative konsekvenser af at bygge hypermarkeder og megacentre uden for byerne er omfattende. Efter megacentrenes nedtur er konceptet *mixed-use* i løbet af de sidste ti år blevet meget populært; det indeholder både detailhandel, erhverv, boliger og kul-

tur, sådan som byer i århundreder har gjort. Man har indset, at multifunktionalitet og sammenhæng er grundlaget for succes, når det handler om by- og butiksliv.

7. Handelsmiljø = undervisningsmiljø

Hvad for en borger vil du ha'? Handelsmiljøer er en vigtig kilde til bevidste såvel som ubevidste informationer om omverdenen; de kan betragtes som uofficielle undervisningsmiljøer. En by med mange, små butikker "underviser" i mangfoldighed og menneskelig kontakt på en måde, som hypermarkeder ikke gør. Levende byer med mange små butikker er med til at skabe åbne, tolerante og nysgerrige borgere.

8. De fysiske-sanselige aspekter

De fysiske omgivelser er afgørende for vores selv- og verdensforståelse. Attraktive steder, hvor det er rart at være, tilbyder mange forskellige muligheder for ophold og kontakt. Gode steder i byen forfører sanserne med dufte, lyde og synsindtryk og giver gode muligheder for både at være inde og ude, alene og sammen med andre og for at bevæge sig og gøre ophold. Gode steder opfordrer til social interaktion. De er overskuelige, men opfordrer også til at man undersøger dem nærmere. Mange, små butikker i byen bidrager væsentligt til at styrke disse parametre.

9. De miljømæssige aspekter

Tætte byer og butikker i nærmiljøet betyder mindre CO², fordi man kan gå og cykle til det meste. Hypermarkeder og megacentre uden for byerne opfordrer til overforbrug; når man skal køre langt og kun købe ind én gang om ugen, køber man hellere lidt for meget end lidt for lidt. De kæmpestore indkøbsvogne og knaldtilbud er også med til at øge forbruget. Overforbrug betyder overudnyttelse af jordens ressourcer; på lang sigt er det en virkelig dårlig forretning. Samtidig er butikker i byen med til at bevare forskellene mellem land og by; store butikker langs indfalds- og motorveje skaber derimod spøgelsesbyer og ensformige, uskønne megastrukturer i det åbne land.

10. Bæredygtighed

Tænk globalt, handl lokalt. Lokale butikker er forudsætningen for global bæredygtighed.

11. Sikkerhed

Sikkerhed er blevet et omdiskuteret emne; mange steder forsøger man at kontrollere offentlige steder med afspærringer og videoovervågninger. Her bliver følelsen af sikkerhed til en følelse af kontrol og dermed en form for ufrihed. Det er langt mere hensigtsmæssigt, også økonomisk, at indbygge sikkerheden i gaden selv, i kraft af "gadens øjne". Den bedste måde at sikre "gode øjne" er ved at have et substantielt antal butikker, cafeer osv. Butiksindehavere er stærke tilhængere af ro og orden, da sikkerhed er en forudsætning for kundestrøm. De er gode opsynsmænd, når de er mange nok. Flytter man handelen ud af byen, reducerer man sikkerheden i den.

12. Fremtidssikring

At ville beholde butikkerne i byen er ikke et nostalgisk projekt; der er ikke tale om at ville 'tilbage' til en forestilling om idyl i de gode, gamle dage. Ønsket er tværtimod at optimere og fremtidssikre nutidens handelsmiljøer ved at gøre dem, på alle måder, bæredygtige. Det gør man ikke ved at flytte handlen ud af byerne, men tværtimod ved at styrke byerne, få *mere* handel, *flere* butikker.