



13. februar 2015

Kort og kontant om eventuel liberalisering af planlovens detailhandelsbestemmelser:

Venstre har foreslået en ophævelse af planlovens detailhandelsbestemmelser, så der kan bygges flere nye storcentre og hypermarkeder. Målet er at opnå mere vækst i landdistrikterne, men det eneste sikre er, at Dansk Supermarked A/S får flere Bilka'er og større Føtex'er i store byer på bekostning af butikslivet i landdistrikterne og de mellemstore byers bymidter. DSK er enig i, at der er behov for vækstinitiativer, der kan komme de mindre byer og landdistrikterne til gavn, og at dette også kan indebære initiativer, der kan medføre ændringer af visse af planlovens bestemmelser, men...

Læs her, hvad vælgerne, interesseorganisationer og eksperter mener om konsekvenserne af en ophævelse af detailhandelsbestemmelserne og om fremtiden for storcentre og hypermarkeder. Og se til sidst, hvad vi alternativt foreslår for både at løse småproblemerne med de eksisterende detailhandelsbestemmelser og bevare den fintmaskede butiksstruktur til fordel for forbrugerne og bosætningen på landet.

1. Forbrugere og organisationer bakker op om planloven

Mere end 50% af danskerne siger klart nej til flere hypermarkeder, og hele 48 organisationer udtaler fælles støtte til planloven. Det er især de ældre over 65 år, der anser den lokale dagligvarebutik for uundværlig.

Da DSK i februar 2013 gennemførte en analyse af danskernes holdning til hypermarkeder, sagde hele 52% nej til flere hypermarkeder, mens blot 29% sagde ja.

I en måling af forbrugernes holdning til og brug af de lokale dagligvarebutikker i byer, hvor den lokale butik forventes at lukke inden for de næste 10 år, fandt hele 85% butikken for uundværlig eller vigtig. Holdningerne gælder uanset alder, politisk overbevisning, geografi, afstand til alternativ dagligvarebutik, indkomst og beskæftigelse.¹

De 48 organisationer og virksomheder (se bilag 1), der sidste år rettede en henvendelse til regeringen med en opfordring til at fastholde planlovens detailhandelsbestemmelser, er derfor helt på linje med den danske befolkning.

2. Danskerne vil bo dér, hvor der er dagligvarebutikker

72% af befolkningen vægter afstanden til dagligvareindkøb højt eller meget højt, når de skal afgøre, hvor de bosætter sig.² Dermed rangerer indkøbsmulighe-

¹ Baseret på analyse foretaget af Incentive A/S i foråret 2014

² Foretaget af YouGov for Kommunernes Landsforening og Momentum i januar 2015

derne højere end eksempelvis afstanden til jobmuligheder, naturomgivelser og praktiserende læge.

3. Hypermarkeder medfører butiksdød

Etablering af nye hypermarkeder har meget store konsekvenser for det allerede eksisterende butiksliv i området – ikke mindst som følge af den meget store omsætning, et hypermarked har. Emnet blev indgående drøftet i forbindelse med det såkaldte Detailhandelsforum³.

Et gennemsnitligt hypermarked (Bilka) har en dagligvareomsætning, der skønnet svarer til 10 gennemsnitssupermarkeder, **mens de 5 største hypermarkeder (Bilka'er) hver for sig har en omsætning svarende til 15 supermarkeder**. Skønnes tilsvarende for hypermarkedernes udvalgvareomsætning, vurderes det, at **omsætningen i gennemsnit svarer til 20-30 udvalgvarebutikkers omsætning** (som et vejset gennemsnit af ca. 30 udvalgvarebranchers kædebutikker)⁴

Etablering af 10-25 nye hypermarkeder (samtidig med, at der etableres yderligere 80 superstores) vil betyde, at mellem 300 og 800 mindre butikker må lukke⁵. Til sammenligning faldt antallet af dagligvarebutikker i Danmark fra 3.522 i 1999 til 3.079 i 2010, dvs. en reduktion på knap 500 butikker over 11 år. Et fald i det samlede antal af butikker vil alt andet lige betyde, at en del af forbrugerne får længere til den nærmeste dagligvarebutik.

Disse tal for lukning af butikker fra McKinsey understøttes også af erfaringerne fra udviklingen i antallet af butikker de første 10 år efter etablering af et Bilka-varehus. I byerne Næstved, Holstebro, Vejle, Kolding og Esbjerg faldt antallet af butikker over en 10-års periode med henholdsvis 41%, 40%, 22%, 24% og 29%, hvilket alle steder er noget højere end det gennemsnitlige fald. Det kan altså godt være, at der umiddelbart skabes en vækst ved nybyggeriet, men det kommer man til at betale prisen for efterfølgende.

4. Butiksdød fører til øget kørsel i bil

Butikslukningerne frem mod 2023 forventes samlet set at medføre, at der årligt bliver kørt omkring 66 mio. km mere i bil i forbindelse med indkøb. Det øger CO2-udslippet med 8.300 tons pr. år.⁶

³ Detailhandelsforum bestod af repræsentanter for en lang række ministerier og embedsmænd og havde til opgave at kortlægge de generelle rammer for drift af små butikker, herunder initiativer, der kunne skabe gode rammer for dagligvareindkøb inden for rimelig afstand.

⁴ Udtalelse indhentet fra direktør Henning Bahr til brug for Detailhandelsforums endelige rapport i marts 2012.

⁵ Vurderingen er foretaget af konsulenthuset McKinsey og var oprindeligt til brug for arbejdet i Vækstforum, men den blev gentaget i Detailhandelsforums rapport til erhvervs- og vækstministeren.

⁶ Baseret på en analyse foretaget af Incentive A/S blandt 415 respondenter i områder, hvor man forventer, at den sidste dagligvarebutik vil lukke inden 2023 i en situation med en liberaliseret planlov

Samtidig påfører det borgerne omkring 140 mio. kr. i ekstra kørselsomkostninger.

5. Ældre borgere betaler prisen for lukkede dagligvarebutikker

Når man analyserer, hvilke borgere der bliver hårdest ramt af butiksdød, viser resultaterne, at **gennemsnitsalderen i byerne, hvor den sidste dagligvarebutik er lukket, er 3,5 år højere end i de byer, hvor der stadig er en dagligvarebutik.** Men ikke nok med det - analysen viser også, at det især er andelen af ældre over 65 år, der er højere i byerne med de lukkede butikker.⁷

6. Huspriserne falder, når den sidste dagligvarebutik lukker

90% af de ejendomsmæglere, der sælger ejendomme i de mindre byer og landdistrikter, vurderer, at det har stor betydning for huspriserne, når den sidste dagligvarebutik lukker. Heraf vurderer 49%, **at prisniveauet falder med 10%**⁸.

7. Antallet af overflødige butikskvadratmeter stiger voldsomt

Det samlede arealbehov til dagligvarer vil blive reduceret med op mod 800.000 m², mens arealet til udvalgsvarer vil blive reduceret med op mod 2,6 mio. m² frem mod år 2025.

Hvis man opstiller et scenarie, hvor e-handlen i 2025 udgør 8% af dagligvareforbruget og 25% af udvalgsvareforbruget, vil det få mærkbar betydning for den fysiske detailhandel, hvor det samlede areal til såvel dagligvarer som udvalgsvarer skønnes at blive reduceret samlet med omkring 3 mio. m².⁹

8. Hypermarkeder betyder færre i arbejde

Den beskæftigelsesmæssige effekt af hypermarkeder har ofte været drøftet, da tilhængere anfører, at beskæftigelsen i et område øges, når der etableres hypermarkeder.

Imod dette taler den tidligere formand for HK Handel, Jørgen Hoppe, der har udtalt, **at for hver to, der ansættes i et hypermarked, vil der på lidt længere sigt blive tre medarbejdere færre i de øvrige butikker,** dette underbygges også af tal fra USA, se nærmere under punkt 11.

9. Dansk dagligvarehandel er både international og produktiv

⁷ Baseret på en analyse foretaget af Incentive A/S af befolkningssammensætningen i byer i udkantskommunerne, hvor den sidste dagligvarebutik er lukket.

⁸ Tallene er resultatet af en analyse, som Dansk Ejendomsmæglerforening gennemførte i foråret 2014 blandt ca. 200 af foreningens medlemmer.

⁹ Tallene er offentliggjort i en analyse fra foråret 2014 udført af direktør Per Nyborg fra Institut for Center-Planlægning, hvor Per Nyborg opstillede tre mulige scenarier. Det refererede scenarie er det, Per Nyborg selv anså for det mest realistiske.

Dansk dagligvarehandel har gennemgået en kontinuerlig og kraftig strukturudvikling – og dermed produktivitsudvikling – i de sidste 25 år, og vi har i dag en stærkt internationaliseret dagligvaresektor med en decentral priskonkurrence båret af et stort antal discountbutikker.

Retail Institute Scandinavia har sammenlignet dagligvarehandelens omsætningsstruktur i Danmark med 5 udvalgte EU-lande (Sverige, Tyskland, Frankrig, England og Holland). Danmark er – som Tyskland – stærkt domineret af discountbutikker, og **befolkningsgrundlaget pr. storbutik i Danmark er stort set det samme som i Sverige og England** (30 - 32.000 indbyggere), mens Tyskland og Frankrig har et betydeligt større befolkningsgrundlag pr. storbutik (47 - 55.000 indbyggere).

Når det gælder udenlandsk ejerskab af koncerner/kæder i dagligvarehandelen, ligger Danmark på en suveræn 1. plads, idet udenlandsk ejerskab står for 33% af omsætningen. På 2. pladsen finder vi England med 24%, og på 3. pladsen ligger Holland med 19%.

For så vidt angår udviklingen i produktivitet, forventes dagligvarehandelens produktivitet frem til år 2023 at stige betydeligt, så vi nærmer os best practise niveauet for sammenlignelige lande i Europa. Én af årsagerne til denne store produktivitsfremgang skyldes bl.a., at vi i Danmark har 6 discountkæder, der fortsat etablerer flere butikker og derved sikrer, at det mest produktive butikskoncept øger sin dominans – også uden for de allerstørste byer.¹⁰

10. Udenlandske hypermarkedskæder kommer ikke til i Danmark

Der står ikke udenlandske kæder på spring for at gå ind på det danske marked. En planlovliberalisering vil ensidigt være til fordel for Dansk Supermarked, hvis nationale markedsandel dermed vil nærme sig 40%.

Det er fra flere sider tidligere blevet lagt til grund, at en liberalisering af planloven vil få en eller flere udenlandske aktører til at etablere flere hypermarkeder i Danmark. Konklusionen på en uvildig og sagkyndig vurdering, som blev foretaget i starten af 2014 af Retail Institute Scandinavia, er klar: "Det er næppe sandsynligt, at de store detailhandelskoncerner i Europa som Carrefour, Tesco og Auchan vil etablere hypermarkeder i Danmark".

Da Coop også har udtalt, at de ikke vil etablere flere store butikker, vil en eventuel planlovliberalisering alene være til fordel for Dansk Supermarked, der har meldt ud, at man i givet fald forventer at realisere yderligere "en håndfuld" Bilka'er og udvidelse og flytning af en række Føtex'er. Dansk Supermarkeds nationale markedsandel vil således nærme sig de 40%, som konkurrencemyndigheder i andre lande har anset som værende stærkt betænkeligt i forhold til priskonkurrencen m.v.

¹⁰ Samtlige her refererede analyser er udført af Retail Institute Scandinavia i foråret 2014

11. Hypermarkeder er forældede

I USA "down sizer" man på fuld kraft, og storcentrene er også udfordrede. Den største aktør Walmart har haft nogle hårde år og vil kun åbne halvt så mange nye "supercenters" i 2015 som i 2014, da de strategisk har rettet fokus mod de mindre byformater og e-handel. Også K-Mart og Sears har det svært og lukker butikker, indretter en del af det overskydende areal til plukkelager for e-handel eller lejer arealer ud.

Etablering af de nævnte "supercenters" er absolut heller ikke uproblematisk i USA, hvor der gennem en årrække hyppigt har været diskussioner, når Walmart har villet etablere sig i nye områder. Det anføres bl.a., at Walmarts ankomst ikke medfører den lovede vækst i antallet af job og forbrug i detailhandlen. I stedet for kaprer Walmart omsætning fra de eksisterende butikker og driver dem ud af markedet, ligesom man erstatter eksisterende job i detailhandelen med lavere betalte job i Walmart.¹¹

Storcentrene er også udfordrede. På sidste års detailhandelskonference i New York blev det fremhævet, at man ikke har bygget indendørs centre i USA siden 2006, og op mod 400 af de eksisterende centre uden for byerne skulle være blevet lukket. Se hjemmesiden: <http://deadmalls.com/index.html>

12. Det konstruktive alternativ til en hovsaløsning

DSK mener – på linje med de øvrige 47 organisationer bag føromtalt fælleshenvendelse til miljøministeren sidste år – at man her og nu bør fastholde planlovens detailhandelsbestemmelser og nedsætte et sagkyndigt udvalg til at belyse mulighederne for politiske tiltag, som kan fremme produktiviteten i detailhandelen, men som ikke indebærer en øget koncentration, geografisk og branchemæssigt.

Som oplæg til disse drøftelser anbefaler DSK, at man herudover kan overveje at se på eventuelle, mindre uhensigtsmæssigheder omkring udvalgswarebutikker til særligt pladskrævende varegrupper og internetbaserede butikker.

Det er således DSK's opfattelse, at hvis der er politiske vilje, kan man godt på én gang fjerne uhensigtsmæssighederne i de eksisterende detailhandelsbestemmelser og trods alt bevare en rammelovgivning, som både giver kommunerne større frihed og sikrer en harmonisk udvikling af butiksstrukturen.

Under alle omstændigheder bør væsentlige ændringer af planlovgivningen gennemføres med brede politiske flertal, da forsøg på hovsaløsninger og pludselige kursskifter er gift for investeringer og dermed væksthæmmende til stor skade for tusindvis af mindre virksomheder og de små samfund.

¹¹ Udsagnet stammer fra Brian Paul, Center Fellow and Masters of Urban Planning Candidate at Hunter College, der refererer til studier fra hele landet.

Bilag 1: Liste over organisationer, der stod bag fælles udtalelse

Akademisk Arkitektforening
Aktive Forbrugere
Bager- og Konditormestre i Danmark
Benzinforhandlerens Fælles Repræsentation
Boghandlerforeningen
Bæredygtigt Landbrug
Coop Danmark
Cyklistforbundet
Dagrofa A/S
Danmarks Fiskehandlere
Danmarks Fotohandler Forening
Danmarks Handelsstandsforeninger
Danmarks Leder Organisation
Danmarks Naturfredningsforening
Danmarks Optikerforening
Danmarks Restauranter & Cafeer
Danmarks Skohandlerforening
Danmarks Sportshandler Forening
Danmarks Tapet- og Farvehandlerforening
Dansk Detail
Dansk Ejendomsmæglerforening
Dansk Fødevareråd
Danske Blomsterhandlere
Danske Cykelhandlere
Danske Guldsmede og Urmagere
Danske Slagtermestre
De Samvirkende Købmænd
Det Økologiske Råd
Detailhandelens Brancher
Erhvervslejerens Landsorganisation
Feriehusudlejerens Brancheorganisation
Fødevarerforbundet NNF
HORESTA
Håndværksrådet
Landdistrikternes Fællesråd
Landsforeningen af bygnings- og landskabskultur
Landsforeningen Landsbyerne i Danmark
Landssammenslutningen Dansk Frisør & Kosmetiker Forbund
Matas A/S
Materialistforeningen
Miljøbevægelsen NOAH og NOAH Trafik
Møbelgarantien
Nærbutikkernes Landsforening
Ostehandlerforeningen i Danmark
Reitan Distribution A/S
Rådet for Bæredygtig Trafik
Sammenslutningen af danske småøer
Serviceforbundet