

Fra: Busch [mailto:h.busch@post.tele.dk]

Sendt: 23. maj 2005 21:58

Sendt til: Folketingets Oplysning

Samtale: Indholdet af denne mail bedes videresendt til Folketingets Erhvervsudvalg.

Emne: Indholdet af denne mail bedes videresendt til Folketingets Erhvervsudvalg.

Da det ikke klart fremgår af Folketingets hjemmeside til hvilken adresse henvendelser til udvalget via mail kan ske tillader jeg mig at fremsende denne mail i visheden om at den videresendes til Erhvervsudvalgets medlemmer indenfor de næste 48 timer.

Bekræftelse på at dette sker ønskes.

Tak.

ORIGINAL

Vedr. Behandling af lovforslag L 158, Lov om Butikstid.

Det er klart at denne lov har haft en stor interesse og opmærksomhed som sædvanlig i behandlingen af forslaget og således også under 1. behandlingen.

Det efterlader imidlertid behov for afklaring af flere forhold således at modstanderne af en liberalisering af loven bliver bekendt med de facts som er meget nødvendige at kende til inden der angribes på det forslag som vil imødekomme op imod 75% af forbrugernes ønsker om adgang til at kunne handle mere når man har fri, tid lyst og lejlighed.

Under 1. behandlingen af forslaget blev det klart at flere partier slet ikke har kendskab til den analyse som Pia Gjellerup i år 2000 fik fremstillet og som synliggør ikke ubetydelige velfærdsgevinster ved en liberalisering af lukkeloven og øget adgang til at butikkerne kan holde åbent om søndagen.

På den baggrund anmodes det om at vedlagte rapporter bringes ind i debatten for at afklare de mange misforståelser der er fremkommet under debatten og 1. behandlingen.

Det må være klart at:

- 1) En liberalisering af lukkeloven er nødvendig
- 2) At den nuværende lov er aldeles konkurrenceforvridende
- 3) At forbrugerne stemmer med fødderne og har vist at søndagsåbent er en succes
- 4) At det ikke kun er et spørgsmål om dagligvarehandel
- 5) At turismen lider under at butikkerne er lukkede når turismen boomer
- 6) At søndagsåbent i kun visse dele af detailhandlen skaber ulighed og risiko for for høje priser (ikke fri konkurrence)
- 7) De frie markeds kræfter må sættes i højsædet
- 8) At den svage forbruger slet ikke har det omfang som modstanderne signalerer
- 9) At resultaterne af en liberalisering som den der foregik i 90'erne omkring lang lørdag vil være de samme om søndagen
- 10) At store dele af den Danske befolkning i dag arbejder på såkaldte ubekvemme tidspunkter
- 11) At beskæftigelsen kan fremmes totalt set ved en liberalisering

På den baggrund kan jeg absolut kun anbefale at det fremsatte forslag nyder fremme og vedtages.

Jeg vil endvidere understrege at en vedtagelse med virkning fra 1. juli i år kan betyde en yderligere vækst i detailhandlen og en positiv effekt på den turismemæssige omsætning i de vigtige turistmåneder, juli, august og september. Derfor må forslaget ikke reduceres i forhold til det fremsatte og jeg ønsker fortsat god arbejdslyst med vedtagelsen af et forslag som uden tvivl vil give en hel del velfærdsgevinster i vores samfund.

Håber at vedhæftede filer giver afklaring på nogle af de spørgsmål som modstaderne rejser og som slet ikke har hild i virkeligheden. Jeg står naturligvis til rådighed for dialog og afklaring såfremt dette måtte være nødvendigt.

Tak.

Henrik Busch
Slotsvej 10 A
2920 Charlottenlund
tlf. 39907827
Mobil 40401707
e-mail: henrik@busch.as

Medlem af Bestyrelsen WOCO, Visit Århus, Dansk Handel & Service, Formand for Repræsentantskabet WOCO,
Medlem af Københavns Erhvervsråd.

Uddrag analyse om søndagsåbent

Den omfattende analyse om regulering af butikkernes åbningstider, der blev gennemført i 2000 af Erhvervsministeriet, rummer en del spændende konklusioner. Særligt dem, der er rettet imod forbrugeren, bringes her i uddrag – tekst der er fremhævet med kursiv er konkrete kommentarer til de dele af analysen, der er trukket frem. Som udgangspunkt kan følgende hovedkonklusioner af undersøgelsen fremhæves:

- Forbrugerne er glade for de udvidede åbningstider 1995-loven gav dem. De lægger i dag 16 pct. af deres indkøbstid eller omkring 25 mia. kr. på hverdagsaftener, lørdag eftermiddag og søndag. Forbrugerne har fået større frihed og vælger at købe ind på de tidspunkter, der passer bedst med deres andre aktiviteter som fx arbejde eller at hente børn. Udvidede åbningstider giver også en mere jævn strøm af kunder, hvilket giver mindre trængsel i butikkerne.
- Beregninger på Erhvervsministeriets generelle ligevægtsmodel MobiDK anslår, at udvidelser af åbningstiderne siden 1995 har givet en gevinst til hver husholdning i størrelsesordenen 2-2.500 kr. pr. år. En yderligere liberalisering af åbningstiderne vil betyde en gevinst på 1.800-2.200 kr. pr. husholdning pr. år. Forbrugerundersøgelser viser, at udearbejdende småbørnsfamilier er blandt dem, der har mest glæde af udvidede åbningstider, mens ulemperne især viser sig hos de maksimalt 3 pct. af befolkningen, der ikke har bil, og som bor mere end 2 kilometer fra den nærmeste dagligvarebutik.
- Der lukker færre butikker efter 1995 samlet set, men statistiske analyser tyder på, at lukkeloven har spillet en langt mindre rolle end konjunkturudviklingen. Et udvidet kædesamarbejde de seneste år har også en væsentlig betydning for opbremsning i butiksdøden. Butiksdøden blandt de små butikker er derimod ikke stoppet. De store dagligvarebutikker synes ligefrem at vinde markedsandele i et hurtigere tempo efter 1995 end før. Det betyder dog ikke, at dagligvarehandlen koncentrerer sig i de store købstæder. Siden slutningen af 60'erne har andelen af dagligvareomsætningen, der ligger i amternes hovedbyer, stort set ikke ændret sig. Dagligvarehandlen flytter ikke væk fra landkommuner til de store butikker i amternes hovedbyer. Men inden for den enkelte kommune flytter dagligvarehandlen til kommunens største by.
- Samlet set viser rapporten, at 1995-loven gav gevinster til forbrugerne, næppe påvirkede butiksdøden blandt små dagligvarebutikker og umiddelbart forringede forholdene for de ansatte. En yderligere liberalisering vil igen give gevinster til forbrugerne, påvirkningen på butiksstrukturen vil være uklar, og de ansatte vil opleve en forringelse, der vil indgå i fremtidige overenskomstforhandlinger.

Lukkeloven i historisk perspektiv:

Lukkeloven har gennem tiderne haft forskellige formål. Kong Christian VIII startede i 1845 med at indskrænke butikkernes åbningstider for at sikre stor deltagelse i gudstjenesterne om søndagen. Fra starten af det 20. århundrede synes lukkeloven i højere grad at skulle sikre de ansatte i detailhandlen tilstrækkelig frihed. Og de åbningstider, der var gældende i 60'erne og 70'erne, stammer i et stort omfang fra ændringer af lukkeloven under de to verdenskrige, hvor åbningstiderne blev indskrænket for at begrænse efterspørgslen efter varer og for at spare på lys og varme. Den nuværende lukkelov fra 1995 (2000) er den seneste af en række lukkelove, der siden 1976 har liberaliseret butikkernes åbningstider. Her har hensynet til forbrugerne gradvist fået større vægt.

Lov om butikstid af 28. april 1976

Alle butikker kan holde åbent hverdage fra kl. 6.00 til kl. 17.30, lørdag dog fra kl. 6.00 til kl. 12.00. Derudover kan alle butikker have seks supplerende åbningstimer, som de inden for visse rammer selv kan placere. Kommunalbestyrelserne kan give etårige dispensationer fra loven.

Lov om ændring af lov butikstid af 24. maj 1989

Alle butikker kan holde åbent hverdage fra kl. 6.00 til kl. 17.30, lørdag dog fra kl. 6.00 til kl. 12.00. Derudover kan alle butikker have 10 supplerende åbningstimer, som de inden for visse rammer selv kan placere. Kommunalbestyrelserne kan give femårige dispensationer fra loven.

Lov om butikstid af 16. marts 1994

Alle butikker kan holde åbent hverdage fra kl. 6.00 til kl. 20.00, lørdag dog fra kl. 6.00 til kl. 14.00. Derudover kan butikker holde åbent lørdag fra kl. 14.00 til kl. 17.00 to gange om måneden. Dog kan butikker, der sælger særlige varer, og butikker med et begrænset varesortiment holde åbent ubegrænset. Kommunalbestyrelserne kan dispensere fra loven.

Lov om butikstid af 14. juni 1995

Alle butikker kan holde åbent ubegrænset fra mandag morgen kl. 6.00 til lørdag eftermiddag kl. 17.00, dog blev salg af øl og spiritus underlagt særlige restriktioner. Mindre dagligvarebutikker med en forventet årlig omsætning under en pristalsreguleret grænse på 12,5 millioner kroner i 1995 kan også holde åbent fra lørdag kl. 17.00 til mandag kl. 6.00. Også butikker, der sælger særlige varer, eller butikker, der har en særlig placering, kan holde åbent i denne periode.

Lov om ændring af lov om butikstid af 4. november 1999

Loven præciserer, at alle butikker på jernbanestationer med en forventet årlig omsætning på mere end 13,8 millioner kroner i 1999 kun kan holde åbent fra lørdag kl. 17.00 til mandag kl. 6.00, hvis de får dispensation fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen.

Det er netop hensynet til forbrugerne, der er vigtig i denne sag. Og det er glædeligt at der nu lægges vægt på forbrugernes frie valg til at bestemme, hvornår man ønsker at købe ind og hvad man ønsker at købe ind.

Forbruger- eller beskæftigelsessynsvinklen

Forbrugersynsvinklen er vigtig af to grunde. Lukkeloven begrænser nogle forbrugere i deres indkøbsmuligheder. Dermed lider de et afsavn eller tab af velfærd, som kan være en del af omkostningerne ved lukkeloven. Heroverfor står, at lukkeloven måske kan sikre, at nogle forbrugere ikke får længere afstand til en butik. Dermed undgår de et afsavn, som kan være en del af velfærdsgevinsterne ved lukkeloven.

Endelig er der to årsager til, at beskæftigelsessynsvinklen er vigtig. For det første kan ændringer i lukkeloven påvirke efterspørgslen efter arbejdskraft i detailbranchen. For det andet kan ændringer i lukkeloven have betydning for arbejdsvilkårene blandt de ansatte i detailhandlen på en måde, der ikke er taget højde for i de eksisterende overenskomster. Disse to forhold trækker i hver sin retning. En eventuelt øget beskæftigelse er en velfærdsmæssig gevinst for de ansatte i detailbranchen, mens en forringelse af arbejdsvilkårene er en velfærdsmæssig omkostning for de ansatte i detailbranchen.

Absolut meget vigtige elementer, der er taget højde for i såvel overenskomstfornyelsen i år 2000 samt i forhandlingerne i 2004. Det er således aftalt hvilken aflønning, der skal gives til de ansatte, og hvor mange weekend vagter man maksimalt må have. Der

er betryggende for de ganske mange ansatte der i dag beskæftiget med søndagsarbejde i de forretninger, der holder åbent samt i den lange række af serviceerhverv, som trods alt betjener samfundet også i weekenderne.

Lukkelovens konsekvenser for forbrugerne:

Forbrugerne har taget de nye indkøbsmuligheder til sig. Forbrugerne lægger i 1999 16 pct. af deres samlede indkøbstid i de nye åbningstider, der blev indført med 1995-lukkeloven. Det vil sige hverdagsaftener, lørdag eftermiddag og søndag. Det anslås, at forbrugerne i disse perioder lægger mindst 25 milliarder kroner i de butikker, der har åbent. Det er især lørdag eftermiddag og hverdagsaftener, at butikkerne oplever en større tilstrømning. Den betydelige udnyttelse af de nye åbningsperioder har ført til en markant udjævning af forbrugernes indkøbsmønster. Hvor danskerne i 1987, som er det seneste år med sammenlignelige tal, placerede en-fjerdedel af deres samlede indkøbstid lørdag-formiddag og dermed gjorde lørdagen til den suverænt travleste dag, er det i 1999 fredagen, der er den største indkøbsdag. Ikke fordi forbrugerne handler mere om fredagen, men fordi en stor del af lørdagshandlen er flyttet til hverdagsaftener og søndag. Der er næppe tvivl om, at de nye åbningstider har betydet en velfærdsmæssig gevinst for de fleste forbrugere. Det viser denne markante udnyttelse af de nye indkøbstider. Forbrugerne har fået større fleksibilitet og vælger at købe ind på tidspunkter, der ikke kolliderer med andre aktiviteter som for eksempel at hente børn i børnehaven, arbejde og lave mad. Samtidig betyder udjævningen af indkøbsmønstret, at det er lettere at finde en parkeringsplads, der er mindre trængsel omkring indkøbsvognene, mælken og i butikken generelt. Forbrugerne oplever derfor mindre besvær og bruger mindre tid på det enkelte indkøb.

Forbrugerne vil altså opleve lettelse og et mindre stresset indkøbsmønster som en oplagt gevinst. Det trafikale pres på byer og centre vil udjævnes yderligere. Det betyder, at forbrugerne vil opleve lettere adgangsveje, parkeringsmuligheder mv. Når ikke den almindelige og tunge erhvervstrafik, som præger bybilledet mandag til fredag, er i funktion. Ganske som man oplever at den lange lørdag har været med til at gøre netop denne store indkøbsdag mindre stressende.

For den "svage forbruger" er det mere uklart, hvad lukkeloven har betydet. Gruppen af svage forbrugere er dog formodentlig lille. I butiksstrukturkommissionen definerer man den "svage husstand" som en husstand, der er afhængig af et fintmasket butiksnet, fordi den ikke har bil og har mere end 2 kilometer til nærmeste butikskoncentration. Kommissionen anslog, at maksimalt 2-3 pct. af husstandene i 1997 kunne klassificeres som svage. Erhvervsministeriets forbrugerundersøgelse viser, at andelen af forbrugere uden bil, der har mere end 2 kilometer til nærmeste butik er under 1.2 pct. i 1999. Den nye definition er mere snæver, og de to tal behøver derfor ikke at være i modstrid.

Efterfølgende undersøgelser viser imidlertid, at vi ikke vil få forsyningsproblemer med dagligvarer i yderområderne, så problemet er slet ikke så stort. Men emnet fylder meget, da titlen "Den svage forbruger" mediemæssigt er et godt emne.

Øgede åbningstider reducerer den tid forbrugerne er om et enkelt indkøb. Dermed repræsenterer de udvidede åbningstider en tidsmæssig værdi for forbrugerne, da det giver forbrugerne mulighed for at købe ind på tidspunkter, der passer bedre med arbejde, familieliv og fritidsinteresser.

Det frie valg til at handle ind, når man vil, er meget vigtigt. Igen må det understreges, at det ikke alene handler om dagligvarer, hvor problemet med adgangen til at handle ind ikke er noget synderligt problem. Men at det drejer sig om de såkaldte udvalgsvarer, hvilket er stort set alt andet. Hvorfor skal loven afgøre HVAD man må handle ind og hvornår? Der er urimeligt at man ikke kan handle om søndagen, når man traditionelt set har bedre tid kan gå i byen og se på f.eks. større investeringer til sin bolig. Det kan også være en fordel at gøre større tøjindkøb til sig selv og familien om søndagen, når det kan gøres på et tidspunkt hvor der trods alt er chance for at man kan være sammen om det. Søndagen er den mindst "belastede" dag på ugen.

Der er i forvejen ingen "pligter" som skole, arbejde, undervisning og møder. Derfor er søndagen velegnet til at familien får muligheden for at handle ind også andet end dagligvarer.

Nye familiemønstre kræver fleksibilitet:

Det er en række temmelig store ændringer i arbejds- og familiemønsteret gennem de seneste årtier, der er årsagen til, at forbrugerne har taget butikkernes nye åbningstider til sig. På trods af at den aftalte arbejdstid gradvist er reduceret, er den samlede tid, familierne anvender på at arbejde, steget betydeligt. Det er der to grunde til. For det første er det blevet langt mere udbredt, at kvinder er udearbejdende på fuld tid. For det andet er der blevet mange flere enlige husholdninger med fuldtidsarbejde. Tendensen forstærkes af, at mange også bruger mere tid på transport til og fra arbejde. Det har betydet, at familierne i dag reelt har mindre fritid end tidligere. Og hvis familierne i højere grad kan købe ind på de tidspunkter, der passer dem, er der større muligheder for at få hverdagens gøremål til at passe sammen. Derfor er der en stor gruppe af forbrugere, der i dag anvender de nye åbningstider. Det gælder også, selv om et flertal af forbrugere tilkendegav, at de var tilfredse med de daværende åbningstider i opinionsundersøgelser i 1989 og 1994. Erhvervsministeriets forbrugerundersøgelser i 1999 viser også, at et stort flertal af forbrugere er tilfredse med de nuværende åbningstider. Men det behøver således ikke at betyde, at forbruger ikke vil benytte sig af udvidede åbningstider, hvis de får mulighed for det. Erfaringer fra Sverige og Storbritannien viser, at forbrugerne vil bruge eventuelle yderligere åbningstider, men også at der kan være en vis tilvænning både fra butiks- og forbrugerside.

Over halvdelen af forbrugerne i Storbritannien handler om søndagen. Og antallet af søndagsåbne butikker er steget fra 21 til 54 pct. på de fem år, hvor det har været tilladt at holde søndagsåbent. På 15 år er antallet af butikker med søndagsåbent i Sverige mere end firedoblet. Derfor er der næppe tvivl om, at forbrugerne i større omfang end tidligere vil købe ind lørdag aften og især søndag, hvis lovgivningen åbner mulighed for det. Udnytter butikkerne de nye muligheder, giver det derfor anledning til en velfærdsgevinst for forbrugerne. En række beregninger på den specialudviklede økonomiske simulationsmodel antyder, at hvis man tillader alle butikker at holde åbent lørdag aften og søndag vil det give en yderligere velfærdsgevinst for forbrugerne på 4-5 milliarder kroner pr. år. Det svarer i gennemsnit til 1.800 - 2.200 kroner pr. husholdning i Danmark. Der er dog et men for de svage forbrugere. En fuld liberalisering kan måske føre til en øget butiksdød blandt de mindre dagligvarebutikker, der i dag som de eneste har mulighed for at holde åbent om søndagen.

Det vil betyde, at nogle forbrugere får længere til deres nærmeste butik. Forbrugeren må derfor bruge længere tid end ellers på at købe ind. Det reducerer forbrugers samlede velfærdsgevinst. Måske i sådan en grad, at velfærdsgevinsten for de berørte forbrugere kan blive til et velfærdstab.

Den såkaldte "svage forbruger" er der taget højde for, idet gruppen dels er meget lille og fordi vi ved at nærkøbmanden består, hvis han ellers holder åbent når forbrugerne ønsker det og har behov for det. Vi ved også, at de mindre enheder i dagligvarebranchen er begyndt at placere sig i mindre bysamfund for at løfte opgaven. Disse mindre enheder er kædedrevne forretninger med et for forbrugerne velkendt sortiment, som dækker deres basale behov på dagligvaresiden. Men læg her mærke til udviklingen uden for landets grænser. Det er ikke kun Sverige og Storbritannien, der har oplevet disse forbrugerfordele. Det har en lang række andre lande, som slet ikke har en restriktiv og konkurrenceforvridende lukkelov.

Der er én yderligere grund til, at omsætningen i detailhandlen på længere sigt kan stige, hvis åbningstiderne bliver udvidet. Når forbrugerne for eksempel ikke i samme omfang som tidligere behøver at tage hjem fra arbejde for at nå at købe ind, vil nogle forbrugere arbejde mere. Udvidede åbningstider giver derfor isoleret set en positiv effekt på det samlede arbejdsudbud i dansk økonomi. Det betyder mere værdiskabelse i

samfundet og større indkomster. En del af disse indkomststigninger vil på et eller andet tidspunkt ende i detailhandlen som øget omsætning også i dette tilfælde især blandt udvalgsvarer.

I den økonomiske simulationsmodel antyder beregninger, at omsætningen i detailhandlen kan stige med op til 1 pct. mest blandt udvalgsvarerbutikker, hvis åbningstiderne udvides yderligere. Heri er dog ikke indregnet virkningerne af Internethandel og Øresundsbroen. Den større omsætning vil føre til en tilsvarende større beskæftigelse i detailhandlen, mens beskæftigelsen i resten af økonomien også vil stige svagt på grund af det større arbejdsudbud.

Gode positive gevinster som både forbrugerne og den danske økonomi kan få glæde af. Det opsving, som alle taler om og som vil kunne skabe vækst i beskæftigelsen, vil kunne kick-startes med friere åbningstider for udvalgsvarerhandlen.

Konsekvenser for beskæftigelsen:

Indtil videre ser det ikke ud til, at priserne i de butikker, der holder længe åbent, er steget mere end priserne i de butikker, der ikke holder længe åbent. Det kan virke overraskende, fordi de længere åbningstider kræver, at der skal ansættes mere personale. Forklaringen er sandsynligvis, at de butikker, der holder længe åbent, faktisk øger deres omsætning, men har lavere omkostninger pr. ekstra omsætningskrone, fordi der kun skal betales arbejdsløn og ikke større faste omkostninger som for eksempel husleje. Samtidig er det muligt at spare personale i de perioder, hvor der tidligere var spidsbelastning for eksempel lørdag formiddag. Derfor behøver de søndagsåbne dagligvarebutikker ikke at øge priserne mere end andre butikker.

Det betyder således at skræmmebillederne, som tidligere har været opsat, ikke holder stik. Mange mindre forretninger har ikke lavet regnestykket på hvad søndagsåbent koster dem, men taler ud fra at det alene er en ekstraomkostning og det holder nødvendigvis ikke stik.

Man vil forvente, at udvidede åbningstider i detailhandlen isoleret set fører til større beskæftigelse om end af begrænset omfang. Antallet af ansatte i detailhandlen er steget siden midten af 90'erne både blandt udvalgsvarer- og dagligvarebutikker. Beskæftigelsen er også steget mere end i resten af økonomien.

Det er en meget glædelig ting at opleve, at det ikke er et problem at få ansatte til at arbejde i weekenden. Forudsætningerne skal være på plads, og det er de, nemlig de overenskomstmæssige forhold. Det er dog ikke sådan at der beskæftigelsesmæssigt slet ikke findes flere udfordringer i branchen, det gør der bestemt og dem arbejdes der meget intenst med. Men oplagt er det når butikstiden udvides, så er behovet for arbejdskraft også stigende. Især fordi der fortsat er ingen der skal arbejde mere end 37 timer pr. uge i gennemsnit.

Arbejdstidstilrettelæggelsen for en butik er meget vigtig og afgørende også for forbrugerne. En mere optimal arbejdstidsplan vil også betyde, at forbrugerne ikke oplever flaskehalse på de travle tidspunkter, fordi butikken opmander. Det ses tydeligt f.eks. om lørdagen, hvor der typisk især i dagligvaresektoren er flere på arbejde til at løfte opgaven. De ændrede arbejdstider vil endvidere betyde, at medarbejderne får fri på andre tidspunkter på ugen. Det kan i sig selv også være en stor fordel, da tilgangen til fritidsaktiviteter således vil være lettere. Det at booke en badminton- eller tennisbane midt på ugen er trods alt lettere end i weekenden, hvor presset er meget stort pga. af de mange der holder fri og dyrker deres interesser her.

Selv om de ansatte i detailhandlen kun udgør en forholdsvis begrænset del af dem, der arbejder på umage tidspunkter, så er der forholdsvis flere i detailhandlen, der arbejder på umage tidspunkter end i andre erhverv. I detailhandlen arbejder 80 pct. regelmæssigt på umage tidspunkter. I alle brancher under ét er det kun knap 60 pct. Hvis butikkerne udvider deres åbningstider, kan det derfor gøre det vanskeligere for

branchen at tiltrække nye elever. Optaget af elever i detailhandlen er således faldet med 21 pct. fra 1996-1998. Det er dog tvivlsomt, om det skyldes de udvidede åbningstider. Reformen af de merkantile uddannelser i 1997 betød, at antallet af elever på alle skoleområder, der var omfattet af reformen, midlertidigt faldt, herunder butiks-, kontor- og engrosområdet. Elevantallet er nu atter på vej op især på butiksområdet.

Elevtilgangen skal vurderes ud fra flere ting og IKKE kun arbejdstid. Hvor stor en tiltrækningskraft har branchen når begreber som "kassedame" og lavtlønsområde får lov til frit at blive anvendt som status for den laveste del af samfundet. Det er helt urimeligt, idet der er gode jobs og branchen absolut har mange fordele. Flere butikker oplever at elevtilgangen er ok i forhold til behov, mens andre butikker fravælger elever fordi kravene til butikken er øget gennem tiden for at sikre den rette kvalitet i uddannelsen.

Familien vil kunne handle frit – særligt om søndagen!

En af årsagerne til, at forbrugerne i mange sammenhænge er kommet mere i fokus i forbindelse med virkningen af lukkeloven, er, at der i de seneste årtier er sket markante ændringer i familiemønstret. Selv om den enkeltes aftalte arbejdstid er faldet markant, er familiernes samlede arbejdstid steget. Familiernes har mindre tid. Nogle vigtige årsager er, at flere kvinder har fået udearbejde, og at flere kvinder har fået fuldtidsarbejde.

Da vi samtidig ved, at ansvaret for familiens indkøb i høj grad hviler på kvindernes skuldre, er det vigtigt at åbne op for muligheden med søndagsåbent for at sikre at manden også kan deltage i dette fælles ansvar endda sammen med kvinden. Læg især mærke til indkøbsmønsteret i dag, hvor publikum om lørdagen ofte er to og to (eller familier) frem for enkeltpersoner, der handler ind. Det vil vi også opleve ved søndagsåbne butikker.

Når tiden er blevet en mere knap ressource, er det naturligt at forvente, at mange forbrugere vil få gavn af længere åbningstider i detailhandlens butikker. De nødvendige indkøb bliver nemmere at foretage, fordi forbrugerne mere frit kan planlægge deres indkøbsture, så de passer med både arbejdsliv, familieliv og fritid. Det øger forbrugernes velfærd.

Igen et punkt som forbrugerorganisationerne må kunne støtte op om er godt for forbrugerne.

Gruppen af svage forbrugere er dog formodentlig lille. I Butiksstrukturkommissionen definerede man den "svage husstand" som en husstand, der er afhængig af et fintmasket butiksnet, fordi den ikke har bil og har mere end 2 kilometer til nærmeste butikskoncentration. Kommissionen anslog, at maksimalt 2-3 pct. af husstandene i 1997 kunne klassificeres som svage. Erhvervsministeriets forbrugerundersøgelse viser, at andelen af "svage forbrugere" uden bil, der har mere end 2 kilometer til nærmeste butik er under 1.2 pct. i 1999. Den nye definition er mere snæver, og de to tal behøver derfor ikke at være i modstrid.

Udjævningen af indkøbsaktiviteten – forbrugerne har flyttet 16 pct. af indkøbstiden eller omsætning for 25 milliarder kr. ind i de nye åbningstider på hverdagsaftener, lørdag eftermiddag og søndag – betyder isoleret set, at forbrugerne oplever, at det er lettere at parkere, der er mindre trængsel ved køledisken med mælk, kortere køer ved kasseapparaterne osv. Forbrugerne bruger derfor mindre tid på at købe den samme mængde vare.

Det giver ikke alene forbrugerne oplagte fordele men også butikkerne. Når presset ikke er så stort er det også til gavn for medarbejderne. Som eksempel kan nævnes at den nuværende lukkelov, der som bekendt giver adgang til 4 løse søndage som ofte placeres i julemåneden, har betydet at december måned ikke nødvendigvis er så presset som den tidligere har været. December

måned vil endvidere være den måned med færrest antal salgsdage (med undtagelse af måneden hvor påske falder), hvis ikke man lægger sine frie søndage her. Samtidig er december for langt de fleste brancher den største omsætningsmåned og vi ved selv hvor travlt der er både på den ene og den anden side af kassen. Derfor er det oplagt at der åbnes op muligheden af fortsat søndagsåbne butikker på søndage i december måned.

På trods af at forbrugerne i 1989, 1992, 1994, 1998 og 1999 generelt udtrykker tilfredshed med den til enhver tid gældende lukkelov, så tager forbrugerne i vid udstrækning nye indkøbstider i brug, når de får mulighed for det. Det er dokumenteret af det markant ændrede indkøbsmønster fra 1987 til 1999.

Et forløb vi vil se ændre sig igen, såfremt det bliver muligt også at handle udvalgsvarer ind om søndagen.

Når man direkte spørger forbrugerne, hvorfor de valgte at handle, hvor de gjorde, og hvorfor de eventuelt valgte deres nærmeste dagligvarebutik fra, er svarene spejlbilleder af hinanden. De tre hyppigste grunde til, at en forbruger vælger en butik, er: Et godt udvalg, gode tilbud/lavere priser og høj kvalitet. Omvendt er de tre hyppigste grunde til ikke at handle i den nærmeste dagligvarebutik: Utilstrækkeligt udvalg, for høje priser og ikke tilstrækkelig kvalitet.

Det betyder igen at prisdimensionen ikke overraskende er afgørende for kunderne og at man skal forholde sig til at visse nær- og lokalbutikker måske ind i mellem tager sig bedre betalt om søndagen end på øvrige dage. Det kan forbrugerne ikke være tjent med.

Knap 60 pct. af forbrugerne angav, at de køber dagligvarer om søndagen – varierende fra hver søndag til sjældent. Søndagen bliver næsten udelukkende brugt til mindre indkøb eller såkaldt supplementsindkøb af friskvarer, noget man havde glemt eller ting man pludselig fik brug for. De godt 40 pct., der aldrig handler dagligvarer om søndagen, svarede typisk, at de ikke havde behov eller lyst til at handle på den dag. Når der bliver købt ind om søndagen, svarer næsten 70 pct. af interviewpersonerne, at det foregår i en anden butik end deres sædvanlige dagligvarebutik. Den hyppigste årsag til, at den sædvanlige butik bliver valgt fra, er meget naturligt, at den er lukket om søndagen. Forbrugernes sædvanlige dagligvarebutik, hvor de foretager deres storindkøb, er typisk en stor dagligvarebutik, hvoraf de fleste har lukket om søndagen. Det fremgår dog af tidsanvendelsesundersøgelsen, at forbrugerne nu handler mere om søndagen. Så det er lykkedes for de søndagsåbne butikker at trække hverdags- og lørdagsomsætning fra andre dagligvarebutikker, der har lukket om søndagen. Når det gælder forbrugernes generelle indkøbsvaner, som de er beskrevet ovenfor, hvor søndagshandlen kun udgør en meget lille del, så spiller åbningstiderne en meget lille rolle for valget af butik.

Det store problemområde er ikke dagligvarerne, men igen understreges det at udvalgsvarehandlen mangler i forbrugernes mulighed for at handle. Det hjælper ikke noget at forbrugeren har lyst til at handle beklædning, bolig eller andre varegrupper, hvis ikke loven tillader det. Vi husker alle så godt problemstillingen i den tidligere lukkelov, hvor vareafgrænsningen i loven skabte en lang række u hensigtsmæssigheder. F.eks. at man måtte købe kaffefiltre, men ikke kaffe osv. osv.

En familie får for eksempel bedre muligheder for at lægge indkøb på tidspunkter, hvor det ikke er i konflikt med andre ting, som familien også skal lave. Det kan være at komme hjem fra arbejde, at hente børn i børnehaven eller lave mad til familien. Familien kan give sig bedre tid til disse aktiviteter og udskyde de nødvendige indkøb til senere på aftenen, til lørdag eftermiddag eller i nogle tilfælde til søndag. Dermed bliver "ulvetimen" ikke så stresset. Familiens muligheder for at lave supplements- og nødindkøb bliver også bedre. Hvis man mangler nogle ting til søndagens aftensmåltid, kan man undgå at køre (langt) til den købmand,

der tidligere havde en særlig mulighed for at holde åbent, og man kan i stedet hente de nødvendige varer i en butik i lokalområdet. Både den sparede tid i forbindelse med nødindkøb og - især for børnefamilier - den mindre belastende "ulvetime" er en del af velfærdsgevinsten for forbrugerne. Men forbrugeren behøver heller ikke bruge den samme tid i forbindelse med hvert enkelt indkøb. Jo længere tidsrum forbrugerne har til rådighed for indkøb, jo færre personer skal købe ind samtidig. Det betyder, at der er mindre trafik til og fra de store indkøbssteder, det er nemmere at finde en parkeringsplads tæt ved butikken, der er mindre trængsel i butikken, der er kortere køer ved kasserne osv. Det enkelte indkøb tager derfor kortere tid. Denne sparede tid er også en del af velfærdsgevinsten for forbrugerne.

I et samfund, hvor tid er højt skattet og eftertragtet, er det væsentligt at den enkelte butik imødekommer og indordner sig under borgernes ændrede hverdag. Butikkerne er til for forbrugerne og ikke omvendt.

Mænd er mere interesseret i at kunne handle om søndagen end kvinder. Jo yngre man er, jo mere sandsynligt er det, at man ønsker at handle om søndagen. Det gælder, uanset om der er tale om dagligvarer eller udvalgsvarer. Skillelinjen går ved de 35-44 årige.

Vigtige oplysninger, når man vurderer disse ting ud fra sin egen situation. Jo ældre man er jo mindre oplever man det at handle ind som et problem. Ofte afspejler det sig i der ændrede livsmønster som naturligt former sig, som man bliver ældre og graden af fritidsaktiviteter og gøremål i mange tilfælde mindskes. Ser man på indkøbsmønsteret i dagens forretninger f.eks. i bykerne vil man se at formiddagen og den tidlige eftermiddag ofte er besat med en lidt ældre vægtet kundemasse. Dette billede ændrer sig markant sidst på dagen, når arbejdstidsophør sætter ind og igen yderligere netop om lørdagen, der er den store "købe ind sammen" dag.

Ønsket om at handle om søndagen er også afhængig af, hvor stor en by man bor i.

En vigtig oplysning, når man selv skal vurdere sit behov. Bor man i en typisk landsby, så er indkøbet sikkert foretaget mere samlet fra en større dagligvareforretning, hvor indkøbet gøres en gang pr. uge.

- **Alder:** Regressionsanalysen viser, at hvis man er yngre end 35 år, så er man mere interesseret i at handle om søndagen. "Alder" viser sig således at være forklaringen på, hvorfor personer uden bil er mere positive overfor søndagshandel.
- **Børn:** Børnefamilier er ligeledes forholdsvis mere interesserede i at handle om søndagen.
- **Geografi:** Hvis man bor i et storbyområde, så er man mere interesseret i at handle om søndagen.
- **Erhvervsstatus og arbejdstid:** Regressionsanalysen viser, at hvis alle voksne i husholdningen (enlig eller par) arbejder 40 timer eller mere, så er man mere interesseret i at handle om søndagen.
- **Køn:** Mænd er mere tilbøjelige til at ville handle om søndagen end kvinder. De største velfærdsgevinster tilfalder således typisk småbørnsfamilier, der arbejder meget, og som bor i et storbyområde. De mindste velfærdsgevinster tilfalder typisk familier uden børn, som bor udenfor et storbyområde, og hvor som minimum enten personen selv eller den eventuelle partner ikke arbejder meget.

Oplysninger taler for sig selv og må få især forbrugerorganisationerne til at forholde sig til disse vigtige forbrugerprioriteter.

Udviklingen i prisdannelse og butiksstruktur:

Antallet af udvalgsvarebutikker har stort set ikke ændret sig de sidste 30 år, og kapitlet ser derfor mindre på udvalgsvarer og mere på dagligvarer. På dagligvareområdet viser statistikkerne til gengæld, at der lukker færre dagligvarebutikker i dag, end der gjorde for fem år siden. Men analyserne i dette kapitel tyder på, at de bedre overlevelsesmuligheder især er et resultat af den konjunkturopgang, der har præget dansk økonomi siden midten af 90'erne. Derudover er der tegn på en begyndende afdæmpning af den strukturelle tendens mod færre butikker, der satte ind før lukkelovens ikrafttrædelse. Det er således vanskeligt at eftervise, at lukkeloven har haft en selvstændig og væsentlig indflydelse på hvor mange butikker, der lukker i Danmark efter 1995. Det øgede kædesamarbejde blandt de små butikker kan også være en forklaring på den faldende butiksdøden. Hovedparten af de butikker, der lukker i dag, står uden for et egentligt kædesamarbejde.

Den naturlige butiksdød vil herske uanset hvad. Såfremt der ikke sker generationsskifter, og det sker ikke så ofte som tidligere hvor forretningen gik i arv fra far til søn.

Særligt i bycentre kan butikkernes valg af åbningstider have konsekvenser for andre butikkers valg af åbningstider. Det kan således ofte være halsløs gerning for en enkelt butik på hovedgaden at holde længe åbent. Alene er butikken ikke attraktiv nok til at kunne trække kunder til. Men hvis alle butikker bliver enige om at holde åbent, er der langt større sandsynlighed for, at kunderne kommer. De selvstændige butikker i bycentre kan derfor have et koordineringsproblem, som de tilsvarende butikker i de store indkøbscentre ikke har. Der er koordinering en adgangsbetingelse, dvs. alle butikkerne er typisk underlagt centerforeningens beslutninger.

Dette punkt er vigtigt også i den kommende revision af loven. Centerbestemmelserne kan nemlig tvinge forretninger til at holde åbent ud over tidspunkter, som de selv vurderer at være rimelige i forhold til deres kundestrøm. Derfor bør der i en kommende lovrevision sikres mulighed for at der alene arbejdes med mere almindelige minimumstider og krav til åbning. Vigtigst er det imidlertid at huske, at fordi man kan holde åbent er det ikke for butikkerne en tvang, men alene et frit valg og de frie valg for såvel forbrugerne som forretningerne er vigtige.

Den store andel af discountbutikkerne, der kan holde åbent om søndagen, er et udtryk for, at butikkernes effektivitets forbedringer de seneste 10 år har gjort det rentabelt at lægge små discountbutikker i bysamfund med ned til 1500-2000 indbyggere.

Her ser vi at den "svage forbruger" igen tilgodeses og at ingen nødvendigvis vil komme til at lide afsavn på dagligvareindkøbet.

Forbrugerne er ikke mere forankret i det helt nære lokalmiljø, end at godt halvdelen valgte en anden butik end den nærmeste, da de handlede dagligvare sidste. Den "anden" butik lå gennemsnitlig ni kilometer fra hjemmet, mens forbrugere, der handlede i den nærmeste butik, alene kørte tre kilometer.

På basis af en række forbrugerundersøgelser og -interviews konkluderer amternes rapporter samstemmende, at forbrugerne er villige til at køre langt for at kunne handle i den rette butik, når det drejer sig om udvalgsvarer. Jo mere specialiseret varen er, jo længere er forbrugerne villige til at køre. Det har betydet en flytning af omsætningen til amternes hovedbykommuner – specielt i Fyns Amt. På den anden side har det ikke haft større betydning for antallet af udvalgsvarebutikker amtets større byer. Deres andel af butikker er således stort set uændret over de 30 år. Der er heller ikke noget, der tyder på, at nogle amter vinder udvalgsvarebutikker fra andre amter. I løbet af 90'erne har de enkelte amters andel af samtlige udvalgsvarebutikker været stort set uændret bort set fra Bornholms Amt, der har mistet godt 15 pct. af deres

udvalgsvarebutikker.

Butikker har en høj omstillingsevne, hvis de hurtigt formår at omstille butikskonceptet til en ny konkurrencesituation. Butikker, som formår at udnytte de nye åbningsmuligheder som en konkurrenceparameter på lige fod med beliggenhed, varesortiment, priser og kundeservice, vil vinde kunder, omsætning og markedsandele fra de butikker, der enten ikke kan eller ikke formår at omstille sig til den nye konkurrencesituation.

I Storbritannien havde 20 pct. af butikkerne åbent om søndagen i 1994. I juli 1999 var det vokset til 54 pct. I Sverige begyndte knap 6 pct. af supermarkederne med at holde søndagsåbent i 1972. I 1989 var det tal vokset til 54 pct.

Ser man på tallene i dag vil de formentlig være vokset yderligere som tegn på at forbrugerne har taget de nye muligheder til sig.

Der er ikke sket en væsentlig ændring i butiksdøden blandt de små butikker efter 1995. De små dagligvarebutikker taber derimod markedsandele til de store butikker i et hurtigere tempo efter 1995 end før. Perioden 1988-1999 er domineret af år med lav vækst i modsætning til den rene højkonjunkturperiode 1996-1998. En del af de store dagligvarebutikkers gevinst af markedsandele i 1996-1998 kan derfor forklares ved deres salg af udvalgsvarer, som har en højere indkomstfølsomhed – men ikke hele gevinsten – i det butiksdøden forsat er langt højere for de små butikker.

Meget vigtige oplysninger, når butiksdøden, eller den reelle butiksdød skal vurderes.

I både Holland og Storbritannien er antallet af små servicebutikker med en attraktiv beliggenhed og et veltilpasset varesortiment steget. Og i Sverige er antallet af servicebutikker især servicestationer steget med knap 70 pct. i løbet af de sidste 20 år.

En udvikling som vi også vil kunne komme til at se i Danmark

Når en butik udvider sine åbningstider kan det i bedste fald betyde, at butikken styrker sin konkurrenceevne og vinder markedsandele på bekostning af andre detailhandelsbutikker. Men kan de butikker, der vinder omsætning, kun vinde på bekostning af andre butikker?

Det er i sidste ende forbrugerne der afgør hvor markedsandelen skal ligge. Forbrugerne "stemmer" med fødderne og lægger deres penge der hvor de kan komme af med dem og selvfølgelig udfra en vurdering af beliggenhed, udvalg, priser og service.

Længere åbningstider kan tiltrække omsætning fra andre brancher, fordi de mindsker den pris, som forbrugerne reelt skal betale for at købe varer i en detailhandelsbutik. En forbruger, der køber en vare i en butik, betaler nemlig i virkeligheden en pris, der udover varens salgspris omfatter omkostningerne ved at komme til og fra butikken samt en pris for, hvor lang tid forbrugeren skal bruge i butikken. Forbrugeren skal fx finde en ledig parkeringsplads, bruge tid i butikken til at finde de rigtige varer og stå i kø ved kassen for at betale og komme ud af butikken. Jo flere personer, der køber varer på de samme tidspunkter, jo mere tid anvender hver enkelt forbruger. Når butikkernes åbningstider forlænges, skal forbrugeren i mange tilfælde bruge mindre tid og dermed betale en mindre pris, fordi kunderne spredes ud over et større tidsrum. Det bliver nemmere at handle, fordi der er mindre trængsel i butikken. Den sparede tid bliver især mere værdifuld,

hvis de længere åbningstider samtidig betyder, at forbrugeren undgår at skulle lægge sine indkøb samtidig med, at der skal klares andre ting som fx passe børn, lave mad eller hjemtransport fra arbejde.

Det fremgår, at selv om søndagsåbne butikker typisk har lidt højere priser end søndagslukkede butikker, så er prisforskellene i langt højere grad bestemt af butikstypen, end af om butikken har søndagsåbent eller ej. Det fremgår også, at de discountbutikker, der holder åbent om søndagen, har en betydelig konkurrencefordel på prisniveauet i forhold til de andre butikker, der har åbent om søndagen. Når søndagsåbne butikker har højere priser, er det imidlertid ikke noget, der er sket, efter den nye lukkelov er trådt i kraft. Allerede i 1994 havde de samme butikker, der i dag har søndagsåbent, højere priser end i de butikker, der i dag har søndagslukket. Og der er ikke sket nogen udvidelse af denne forskel i perioden fra 1994 til 1999.

Der er derfor ingen tegn på, at de søndagsåbne butikker har hævet deres priser mere end andre butikker. Til gengæld vælger netop de butikker, der i forvejen har de højeste priser, at holde søndagsåbent. Det kan skyldes manglende konkurrence mellem butikker, men det kan også skyldes, at de søndagsåbne butikker er de butikker, der tør satse på, at kunderne er villige til at betale en merpris, hvis varesortiment, beliggenhed og serviceniveauet ellers er i orden.

Dagligvarehandelens lokale forankring kan betyde, at de værste konkurrenter for landsbyens sidste butik fortrinsvis er de små og mellemstore butikker i kommunens største by, der allerede i dag i vid udstrækning kan holde åbent om søndagen, snarere end det er de allerstørste butikker i de store købstadskommuner. Det vurderes derfor, at landsbyens sidste butik kun i begrænset omfang vil blive mere udsat, hvis man giver alle butikker mulighed for at holde åbent om søndagen. Ønsker man at støtte netop landsbyens sidste butik, kan man i stedet overveje politiske tiltag, der er mere målrettede mod netop de udsatte butikker.

Det er gået godt for større kiosker og servicestationer. Disse butikker har den bedste placering og er dygtige til at tilpasse varesortimentet til forbrugernes ønsker. De har derfor fået mest gavn af de nye åbningstider, men tilsyneladende på bekostning af andre små butikker. Et øget kædesamarbejde har også spillet en positiv rolle for nogle af de små butikker.

At det er gået godt for servicestationerne hænger nøje sammen med, at de har muligheden for at udnytte loven, som på dette punkt må opfattes som stærkt konkurrenceforvridende. Tankstationer sælger i dag mange andre varer end lige netop benzin og forbrændingsolie til biler. Og ofte er netop den omsætning nu langt større end hovedformålet med tankstationens virke. Hvorfor? Jo fordi forbrugerne efterspørger disse andre varer også om søndagen og på andre tidspunkter end "normal" åbningstid. Altså en tilpasning til forbrugernes ønsker og det er vel slet ikke nogen dårlig idé. Man kan dog sige at det kan blive et problem såfremt sortimenter på servicestationerne yderligere udbygges og at forbrugerne skal betjenes af ufaglært arbejdskraft.

I både 1996 og 1998 forudsagde forfatterne til Dansk Dagligvareleverandørforenings detailhandelsprognoser, at lukkeloven næppe ville være i stand til at ændre afgørende ved den strukturelle tendens mod færre og større butikker. Det stemmer overens med de små butikkers fortsatte tab af omsætning og også med den fortsatte nedgang i antallet af små butikker under de gode konjunkturer efter 1995.

Ordet "Butiksdød" er også gået hen og blevet et skældsord. Men vi må erkende, at butiksdøden kommer til de butikker der ikke omstiller sig til tidens krav og at vi givet fortsat vil se butikslukninger som følge af at de enkelte enheder bliver større arealmæssigt, at generationsskifterne fortsætter med uformindsket styrke og at kravene til moderne detailhandel øges i den konkurrencesituation, som er sund og udviklende på sin måde og som alene vil gavne forbrugernes oplevelser af prisdynamik.

Tænk blot over hvilke butikker du selv havde i din barndom og som du måske savner nu. Ismejeriet, skomageren, urmageren eller en anden hyggelig specialforretning. Hvorfor savner du dem? Det er nok mest af alt nostalgien og ikke fordi dine behov ikke kan løses andre steder. ER det nostalgien, der for et kort øjeblik skal vinde, så tænk på hvordan husmoderen i 50erne og 60erne gik fra forretning til forretning for at handle. Først til grønthandleren, så købmanden, osteforretningen, ismejeriet og så til slagteren. Ind og ud af forretninger. Nu ordnes stort set det hele under begrebet "One stop shopping"

De samme eksperter forventede også i 1996, at lukkeloven ville gøre det muligt for de små dagligvarebutikker at vinde tabte markedsandele tilbage fra servicebutikkerne. En tilsvarende forventning fremgår af Butiksstrukturkommissionens betænkning. Det stemmer til gengæld ikke overens med den faktiske udvikling. Servicebutikker synes netop at vinde markedsandele fra andre små butikker på grund af deres attraktive beliggenhed, og fordi de har øget deres varesortiment, mens de små kolonialbutikker under ét ikke har formået at justere deres oprindelige fulde varesortimentet, så det matcher forbrugernes mere begrænsede indkøb i disse butikker.

Igen en måske ganske forudsigelig udvikling, som igen peger på at omstilling til forbrugernes nye og øgede krav er nødvendig.

Udviklingen i antallet af små dagligvarebutikker og deres markedsandele kan nuanceres ved hjælp af analyser af den regionale detailhandel i otte amter, der er foretaget af tre forskellige analysefirmaer. Analyserne viser samstemmende, at der i de sidste 30 år ikke er flyttet dagligvarehandel ud af den enkelte kommune. Andelen af amternes dagligvareomsætning, der ligger i de kommuner, hvor amternes hovedbyer befinder sig, har således stort set ikke ændret sig. Dagligvarehandlen flytter ikke væk fra land- eller mindre bykommuner til de store butikker i de største bykommuner. Butiksdøden blandt de små butikker og deres tab af markedsandele skyldes derfor formodentlig centralisering af dagligvarehandlen indenfor den enkelte kommune – fra de mindre butikker i kommunens yderkant til kommunens hovedby.

Igen et bevis på at de skræmmebilleder, der opsættes omkring f.eks. "Den svage forbruger", ikke holder stik og at ingen vil komme til at lide af varemangel.

Der er ikke på kort sigt noget, der tyder på, at længere åbningstider giver højere priser på dagligvarer. Det viser en undersøgelse af priserne for den samme kurv af dagligvarer i forskellige butikstyper i perioden 1994-1997. Ser vi på de butikker, der holder søndagsåbent i dag, kan vi konstatere, at disse butikker har et højere prisniveau. Men det havde de samme butikker allerede i 1994. I perioden er priserne steget i samme takt i butikker med og uden søndagsåbent. Det ser derfor ud til, at det fortrinsvist er butikker, der i forvejen havde høje priser, der i dag holder åbent om søndagen.

Her er noget meget centralt som må påvirke forbrugerorganisationerne. Vi ved fra tidligere at der inden liberaliseringen af lukkeloven der blev handlet ganske mange varer specielt de dagligvarer man lige stod og manglede af "bagdøren" Det skete til urimelige priser fordi kiosken eller købmanden udnyttede situationen. Hvem husker ikke debatten om hvor mange øl der blev handlet udenfor den tilladte tid og så blev det til helt andre priser.

Det opleves også i dag at visse forretninger har andre priser om søndagen end på andre tidspunkter og de udnytter derfor helt naturligt deres særstatus som søndagsåben butik. Det er urimeligt set med et forbrugersynspunkt.

Øgede åbningstider vil på længere sigt få effekter på dagligvarepriserne. Forskellen mellem gennemsnitspriserne på tværs af åbne butikker på dagligvarer om søndagen og gennemsnitspriserne på

dagligvarer til hverdag, vil blive reduceret. Det vil være til fordel for forbrugerne. Reduktionen skyldes, at de dagligvarebutikker, der udnytter søndagen, generelt har højere priser end andre dagligvarebutikker.

Hvis man giver alle butikker mulighed for at holde yderligere åbent, vil de store dagligvarebutikker med en høj andel af udvalgsvarer i varesortimentet med stor sandsynlighed øge konkurrencepresset mod alle udvalgsvarebutikker. Det vil føre til lavere priser og til butikslukninger blandt de mindst konkurrencedygtige. Men det er ikke kun de store dagligvarebutikker, der er konkurrenter til udvalgsvarebutikkerne. Nye store udvalgsvarebutikker, de såkaldte "category killers" som for eksempel Bauhaus, Electric City og Electronic World – alle åbnet indenfor de seneste år – vil i stigende grad forstærke konkurrencen indenfor bestemte varegrupper og presse omsætningen ikke blot i andre udvalgsvarebutikker, men også i de største dagligvarebutikker. De nye-butikstyper kan dermed være med til at vinde handel med udvalgsvarer tilbage til udvalgsvarebranchen fra dagligvarebranchen. Men det må forventes, at de store udvalgsvarebutikker vil sænke priserne og øge konkurrencen blandt udvalgsvarebutikkerne allerede under den nuværende lukkelov blandt andet ved at holde åbent lørdag eftermiddag og måske hverdagsaftener.

Udvalgsvarebutikkerne i de store byers bycentre vil også kunne mærke en øget konkurrence, hvis alle butikker kan holde åbent. De største butikker ligger i de større byers udkant, og de vil med stor sandsynlighed trække handel og omsætning til sig. Dette bekræftes af erfaringer fra Storbritannien. De britiske storcentre i byernes periferi har vundet omsætning fra bykerne, især lige efter at det blev muligt for store butikker at holde åbent om søndagen. En nylig rapport om søndagshandel i Storbritannien angiver dog, at butikkerne i bykerne i stigende grad er begyndt at slå igen og vinde handel tilbage fra byernes periferi. Ét af de midler, som butikkerne i bykernen med succes tager i anvendelse for at vinde omsætning tilbage, er længere koordinerede åbningstider – også om søndagen. De britiske bycentre, der formår at få alle butikker til at holde længe åbent, så kunderne får adgang til et varieret vareudbud, er blandt de bycentre, der klarer sig bedst.

Hvis gevinsten er lavere priser, så må forbrugerorganisationerne især kunne støtte op om søndagsåbent.

Varekøb over Internettet:

Detailhandlen vil også stå stærkere over for andre indkøbsformer som for eksempel postordresalg og Internethandel. Der er næppe tvivl om, at især Internethandel udgør en fremtidig konkurrent til handel i almindelige butikker, jf. kapitel 5. Endnu udgør omsætningen fra Internethandel kun omkring 0,2 pct. af den samlede danske detailhandel, men der er store forskelle mellem brancher. Internethandel står i dag for op mod en tiendedel af handlen med bøger. En del af denne omsætning stammer oprindeligt fra almindelige boghandlere. Også på en anden måde kan Internethandel være konkurrent til detailhandlen: Det er ikke den traditionelle detailhandel, der ejer de nye Internethandelsfirmaer. Nye fremadstormende firmaer, der kun udbyder varer på Internettet, udgør således 42 pct. af de største Internethandelsfirmaer i USA, men de sidder på næsten 63 pct. af omsætningen. Hvis detailhandlen udvider åbningstiderne, kan det gøre detailhandlen mere konkurrencedygtig overfor Internethandel og dermed begrænse det tab af omsætning, som Internethandlen ellers ville kunne føre til.

Internethandel var et meget omtalt begreb i forbindelse med lukkelovens seneste revision i 2000. Vi må erkende, at handel via Internettet slet ikke er så udbredt endnu, men dog i kraftig stigning. Især er det vigtigt at forbrugerorganisationerne forholder sig til det, fordi der fra forbrugerside opleves mange uheldige situationer. Det være sig problematikker omkring købepligt, reklamationer, garanti, faglig indsigt, vejledning, utilstrækkelige brugsanvisninger osv. Derfor må det ikke i et moderne samfund være sådan, at loven hindrer butikker i at tage konkurrencen op med Internettet som absolut har sine fordele med tilgængelighed og åbningstider. Giv i stedet detailhandlen mulighed for at holde åbent når forbrugerne ønsker det.

I dag har handlen med varer over Internet et meget beskedent omfang sammenlignet med traditionel detailhandel. Men Internethandlen har i løbet af få år udviklet sig hurtigt, og prognoser tyder på, at handlen vil komme til at udgøre et reelt alternativ til traditionelle indkøb inden for dele af detailhandlen i løbet af en overskuelig fremtid. I dag foregår for eksempel 12 pct. af salget af bøger via nettet i USA. For kunderne har handel via nettet to væsentlige fordele: Indkøbet kan foregå, når det passer kunden (tilgængelighed), og kunden skal ikke stå i kø ved kassen eller bruge tid på at komme hen til butikken (bekvemmelighed). Åbningstiden er altså ikke Internetbutikkernes eneste konkurrencefordel, men åbningstiden er vigtig særlig for børnefamilierne, hvor arbejdstiden i de seneste år er blevet øget, jf. kapitel. Udviklingen i retning af mere handel via Internet kan derfor stille de traditionelle detailbutikker konkurrencemæssigt ringere end den del af detailhandlen, der formår at udnytte nettets fordele. Handel over nettet har dog også en række ulemper. Kunden kan for eksempel ikke se og mærke på varerne, og det kan være besværligt for kunderne at bytte varerne i Internetbutikkerne. Den traditionelle detailhandel har derfor en række parametre at spille på - udover åbningstiden, hvis de vil modvirke konkurrencen fra Internetbutikkerne.

Mange forbrugere er således interesserede i og positive overfor e-handel. Alligevel benytter kun relativt få danskere sig faktisk af at handle via nettet. Årsagerne kan være en kombination af følgende faktorer af både praktisk, psykologisk og økonomisk karakter:

- *Begrænset udbud:* Internetsalg er fortsat ikke så udbredt i Danmark, så de butikker, som forbrugeren sædvanligvis benytter, vil ofte ikke tilbyde e-handel.
- *Startvanskeligheder:* Forbrugeren kan opleve, at det tager tid at sætte sig ind i, hvordan Internetkøb gennemføres i praksis.
- *Tradition:* Almindelig reservation/tilbageholdenhed over for nye tiltag.
- *Oplevelsen ved indkøb:* Forkærlighed for fysisk at tage varen i øjesyn før køb.
- *Risiko for svindel:* Forbrugeren kan være usikker på, om varen vil nå frem.
- *Betalingssikkerhed:* Både forbruger og sælger kan føle sig usikre over for betaling via nettet.
- *Diskretion:* Forbrugeren kan føle sig utryk over, om oplysninger om forbrug i forbindelse med afgivelse af personlige oplysninger kan misbruges.
- *Levering af varer:* Uvanthed med at få varer leveret hjemme.
- *Omkostninger ved etablering af Internetadgang:* Forbrugeren kan lade sig afskrække af startomkostninger og almindelige praktiske problemer samt løbende udgifter ved opkobling til Internet.
- *Omkostninger ved plukning og levering af varer*

Turismen:

Der er i lukkeloven ikke taget tilstrækkeligt hensyn til udenlandske turister og de danske turistindtægter. Sommerhusturisterne bliver i udstrakt grad tilgodeset af lokale dispensationer fra lukkelovens generelle regler. Det er derimod ikke tilfældet for storbyturisterne. Modellen bygger alene på herboende personers indkøbsvaner og opgør ikke de øgede turistindtægter, der følger af udvidede åbningstider. Der ville isoleret set være tale om en samfundsmæssig gevinst fra større turistindtægter, hvis åbningstiderne i storbyerne udvides.

Danmark har gennem det seneste årti oplevet en pæn turistmæssig vækst. Til gengæld oplever udenlandske turister et "lukket land", når de tilbringer en weekend i Danmark og det er svært at forklare og urimeligt at forstå at selv en hovedstad, der bugner af turister i sommermånederne, ikke betjener sine

kunder og gæster om søndagen. Forklaringsproblemerne forstærkes kun yderligere af, at sommerhusområderne må holde åbent, men at bymidterne og andre ikke må selvom at turismen trods alt har de største koncentrationer i de større danske byer og især København.

Kilde: "Tæt på erhvervspolitiken", rapport om regulering af butikkernes åbningstider, Erhvervsministeriet 2000