



## Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTEREN

### Besvarelse af spørgsmål 42 alm. del stillet af udvalget den 14. december 2015 efter ønske fra Morten Bødskov (S).

ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTERIET

#### Spørgsmål:

Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 14/12-15 fra De Samvirkende Købmænd, vedrørende liberaliseringen af planlovens detailhandelsbestemmelser, jf. ERU alm. del – bilag 88.

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
evm@evm.dk  
www.evm.dk

#### Svar:

I det følgende kommenteres elementerne i De Samvirkendes Købmænds (DSK) henvendelse til udvalget af 14. december 2015.

#### **Detailhandelsredegørelsen**

Det fremgår af planloven, at ministeren hvert fjerde år skal afgive en redegørelse om detailhandlen. Detailhandelsredegørelsen sætter som tidligere fokus på de gældende regler i planloven, på kommunernes planlægning og på detailhandelsstrukturen. I forbindelse med at detailhandelsredegørelsen er overgået til Erhvervs- og Vækstministeriet, indeholder redegørelsen en mere detaljeret gennemgang af detailhandelsstrukturen, idet detailhandelsbestemmelserne i planloven sætter rammerne for detailhandelsstrukturen.

Udover en faktuel beskrivelse af detailhandelsstrukturen i Danmark og dens udviklingen belyses også forbrugernes ønsker til nærhed, priser, varesortiment mv. Desuden indeholder redegørelsen et afsnit om e-handlens voksende betydning for særligt udvalgsvarerhandlen, hvor en stadig stigende andel af varerne handles over nettet.

Som tidligere indeholder redegørelsen også en gennemgang af butiksstørrelser baseret på en undersøgelse fra Fyn. Der er flest helt små butikker, men for butikker i lokalcentre og for enkeltstående butikker ses også relativt mange butikker med en størrelse op mod grænsen på 1.000 m<sup>2</sup>, hvilket kan indikere, at grænsen udgør en barriere i forhold til at bygge efter den efterspurte størrelse.

DSK undrer sig over, at redegørelsen ikke refererer en COWI-analyse, hvoraf det fremgår, at dagligvarebutikkerne er blevet færre og større. På side 9-10 i redegørelsen fremgår det imidlertid, at der gennem en længere

årrække har været en tendens til færre og større dagligvarebutikker, hvilket også underbygges af data i redegørelsen og dens bilag.

### **Etablering af hypermarkeder**

*DSK anfører, at regeringens udspil kan give anledning til dobbeltbutikker, hvor en stor udvalgsvarebutik placeres dør om dør med en stor dagligvarebutik, som man kender det fra Viborg.*

Adgangen til dagligvarer er en nødvendighed for alle borgere, så fysisk nærhed til dagligvarebutikker er vigtig. Derfor er der i regeringens udspil ikke lagt op til samme liberalisering af reglerne for dagligvarer som for udvalgsvarer, men alene til en forhøjelse af de maksimale butiksstørrelser i forskellige områder. I udspillet foreslås grænserne for dagligvarebutikker hævet fra henholdsvis 1.000 og 3.500 m<sup>2</sup> til henholdsvis 2.000 og 5.000 m<sup>2</sup>. Det er langt fra de hypermarkeder, vi kender, som typisk er på mellem 10.000 og 30.000 m<sup>2</sup>.

Det kan ikke udelukkes, at der kan opstå eksempler, hvor dagligvarebutikker placeres dør om dør med store udvalgsvarebutikker. Det skal dog bemærkes, at den type butikker ikke kan udnytte de samme stordriftsfordele som eksempelvis hypermarkeder, og derfor ikke er lige så effektive at drive som en samlet stor butik, hvorfor udbredelsen heraf må forventes at blive relativt begrænset.

*I samme spørgsmål anfører DSK, at de store butikker kun har interesse i at lægge sig i de større byer.*

Detailhandlen, herunder også de store butikker, er afhængig af at have et tilstrækkeligt kundegrundlag. Det er ikke ensbetydende med, at store butikker ikke kan trives i mindre byer og tyndere befolkede områder. Kundegrundlaget udgøres ikke alene af byens indbyggertal, men også af det geografiske opland, og for eksempelvis i en række kystområder også af turismeomfanget.

### **Betydning af kvadratmetergrænser**

*I notatet anfører DSK, at liberaliseringen på dagligvareområdet vil betyde, at der komme flere dobbeltbutikker jf. ovenfor og færre, men større dagligvarebutikker.*

Kvadratmetergrænserne ser ud til at kunne hæmme den optimale etablering af detailhandelsbutikker i forhold til kundernes ønsker og kundegrundlaget. Ellers ville så mange ikke etablere sig op ad de nuværende grænser. Det bemærkes, at der alene lægges op til en vis forøgelse af grænserne for dagligvarebutikker og ikke til etablering af nye hypermarkeder. Regeringens udspil skal ses i lyset af, at der gennem længere tid har været tendens til færre, men større butikker, selv med planlovens nuværende bestemmelser. Dette må ses som en konsekvens af, hvor forbrugere vælger at handle ind.

### **Liberalisering og udvikling i butiksantal**

*I notat nævner DSK en McKinsey-undersøgelse, der vurderede, at der vil blive mellem 300 og 800 færre dagligvarebutikker.*

DSK henviser til en undersøgelse fra 2010<sup>1</sup>, hvor dette kan være konsekvensen af en fuld liberalisering af detailhandlen og under antagelse af, at der etableres 10-25 nye hypermarkeder og 80 superstores. Estimatet er forbundet med usikkerhed. Med regeringens udspil lægges der ikke op til etablering af nye hypermarkeder.

En nyere opgørelse fra 2013, som DSK har haft Retail Institute Scandinavia til at udarbejde, o<sup>2</sup>, viser et noget lavere omfang.

I branchens egen opgørelse vurderes en fuld liberalisering af planloven over et årti at medføre ca. 130 færre dagligvarebutikker ud af de nuværende ca. 3.000 sammenlignet med et scenarium, hvor planloven forbliver uændret. Det bemærkes, at ministeriet ikke har haft adgang til de bagvedliggende beregninger, hvorfor vurderingen ikke kan verificeres nærmere. Jf. opgørelsen vil nedgangen i antal butikker ske gradvist over perioden og altså ikke fra den ene dag til den anden. Det svarer til en lukning af ca. 4 pct. af butikkerne ved en fuld liberalisering af planloven. Igen bemærkes, at regeringens udspil ikke lægger op til en fuld liberalisering af dagligvarehandlen.

Opgørelsen viser også, at der over tid har været en strukturel tendens til færre, men større butikker. For dagligvarehandlen er det især de mindre dagligvarebutikker, der er blevet færre af i konkurrencen med de større dagligvarebutikker.. Dette har fundet sted sideløbende med, at planlovens bestemmelser har reguleret størrelse og placering på butikkerne. Faldet i antal butikker tyder derfor på, at det er forbrugernes præferencer og efterspørgsel, som er bestemmende for, hvilke butikker, der er rentable og en restriktiv planlov således ikke er et værn mod fortsat fald i antallet af mindre dagligvarebutikker

Regeringens forslag om at hæve størrelsesbegrænsningerne indebærer, at det bliver muligt at bygge butikker, der i højere grad afspejler forbrugernes ønsker. De større butikker kan lede til et øget vareudvalg. Derudover kan større butikker være mere produktive, hvilket kan komme forbrugerne til gode i form af lavere priser, bedre service og højere kvalitet.

---

<sup>1</sup> "Creating Economic Growth in Denmark Through Competition", McKinsey (2010).

<sup>2</sup> "Produktivitetudviklingen i dansk dagligvarehandel med og uden planlov", Retail Institute Scandinavia (2013).

### **Konsekvenser for de ”små samfund”**

*Med henvisning til en prognose fra Retail Institute Scandinavia anfører DSK, at en fuld liberalisering vil føre til, at 67.153 husstande vil være uden dagligvarebutik i nærområdet i 2025.*

Det citerede tal i spørgsmålet stammer fra en ny opgørelse fra Retail Institute Scandinavia fra 2015<sup>3</sup>. De bagvedliggende antagelser og beregninger fremgår ikke af henvendelsen fra DSK eller fra den bagvedliggende publikation. Det er derfor ikke muligt at foretage en konkret vurdering af beregningerne.

### **Butikslukninger og betydning for huspriser og miljø**

*90 pct. af ejendomsmæglere, der sælger huse i mindre byer og landdistrikter vurderer, at dagligvarebutikker har en stor betydning for huspriserne, jf. DSK.*

Der er en række faktorer, som har indflydelse på huspriserne, og adgangen til dagligvarebutikker inden for en vis afstand kan være én af dem. Områder, hvor den sidste butik lukker, er typisk præget af et svindende kundegrundlag, hvilket også kan hænge sammen med nettofraflytninger. Flyttemønstre og butikslukninger påvirker dog hinanden gensidigt.

Jf. Redegørelsen om detailhandel, 2015, har 98 pct. af befolkningen i dag under 5 km til den nærmeste dagligvarebutik (målt i fugleflugtslinje) og 87 pct. har under 2 km. Hertil kommer, at e-handel med såvel udvalgsvarer som dagligvarer giver nye muligheder for borgere i tyndere befolkede områder, også jf. forrige spørgsmål.

*Jf. DSK fører færre og større butikker til øget CO<sub>2</sub> udledning*

Bilen er i dag allerede det foretrukne transportmiddel ved indkøb af dagligvarer, jf. Redegørelsen om detailhandel, 2015. I alt benyttes bilen til 60 pct. af alle indkøbsture, mens 37 pct. af indkøbene foretages til fods eller på cykel og tre pct. med kollektiv transport<sup>4</sup>.

I det omfang forbrugerne vælger at handle i større butikker længere væk fra hjemmet frem for i den lokale dagligvarebutik, kan det lede til øget CO<sub>2</sub>-udslip. Det afhænger dog af, hvor store indkøb der gennemføres pr. biltur. Opgørelserne skal derfor ses i forhold til den indkøbte mængde.

Færre, men større butikker vil samtidig reducere transportbehovet i forbindelse med vareleverancer til butikkerne. Varetransporten indgår tilsyneladende ikke i opgørelsen, som DSK henviser til, ligesom der ikke er taget højde for befolkningsudviklingen, dvs. tendensen til urbanisering.

<sup>3</sup> ”Dansk Dagligvarehandel Prognose 2025” fra Retail Institute Scandinavia (2015).

<sup>4</sup> ”Detailhandelskunders transport og indkøbsvaner”, Naturstyrelsen (2015).

Det er på den baggrund vanskeligt at vurdere de fremtidige indkøbsmønstre og relateret CO<sub>2</sub>-udslip.

### **Liberalisering og konkurrence i dagligvaremarkedet**

*Som følge af, at der bliver længere mellem butikkerne, mener DSK, at en liberalisering af planloven vil føre til lavere konkurrence på dagligvaremarkedet til ugunst for forbrugerne.*

Større butikker kan udnytte stordriftsfordele, som kan komme forbrugerne til gode i form af lavere priser, bedre service og/eller højere kvalitet. Samtidig giver større butikker mulighed for større varesortiment, hvilket giver forbrugerne flere valgmuligheder. På den måde er der konstateret en positiv sammenhæng mellem butikkers størrelse og deres produktivitet grundet udnyttelse af stordriftsfordele.<sup>5</sup> Jo mere produktiv en butik er, jo lavere priser og/eller bedre service kan den tilbyde, hvilket er et konkurrenceparameter.

De danske forbrugere er forholdsvist orienterede mod priser og tilbud, hvilket burde anspore konkurrence om priser, vareudbud og service.

Produktivitetskommissionen, som var nedsat under den tidligere regering, konstaterede også, at regulering, som sætter grænser for butiksareal, fører til højere afkast og lavere produktivitet, hvilket er klare indikationer på et lavt konkurrencetryk<sup>6</sup>. Flere internationale undersøgelser viser desuden, at større butikker øger konkurrencen mere end mindre butikker.<sup>7</sup> Det er derfor ikke oplagt, hvorfor større butikker som følge af lempet regulering og baseret på efterspørgsel skulle lede til mindre konkurrence. Intentionen er det modsatte.

Det bemærkes som også nævnt ovenfor, at regeringen ikke med sit udspil lægger op til hypermarkeder, men alene at der bliver mulighed for større dagligvarebutikker.

Med venlig hilsen

Troels Lund Poulsen

---

<sup>5</sup> Se blandt andet Cheshire, Hilber, Kaplanis: "Land Use Regulation and Productivity – Land Matters: Evidence From a Supermarket Chain".

<sup>6</sup> "Analyserapport 2: Konkurrence, internationalisering og regulering", Produktivitetskommissionen 2013.

<sup>7</sup> Se blandt andet etfransk studie foretaget af BIPE på vegne af E. Leclerc i 2008 og en artikel fra professor Pankaj Ghemawat ved Havard, "The price is right", New York Times, 2005.