

Hvad sker der???

Åbningen af butikker og liberale erhverv ser ud til at trække ud. Lige nu er datoen den 28. februar.

Erhvervsorganisationerne har fremkommet med forslag til hvordan en smidig, lempelig og gradvis åbning kan finde sted – men vi bliver overhørt i Folketinget og i den grad misforstået i en sådan grad at nogen på reagere.

Det er IKKE en total åbning vi sigter imod – hvor det hele skal bimle og bamle igen. Derfor må regeringen læse det vi sender til dem med konkrete forslag som muliggør at vi kan forberede os så godt som muligt til den 1. marts 2021.

Detailhandlen har store forventninger til at vi kan åbne den 1. marts – det må der ikke herske tvivl om og vi vil alle være skuffede såfremt det ikke kan lade sig gøre. Vi gentager gerne at vi har den største respekt for denne virus – men det giver ingen mening for borgerne og kunderne at de gerne må samles sammen i dagligvarehandlen men ikke må købe et køkken eller få en cykel repareret.

Vi er endvidere derude hvor det kommer til at koste job og at flere af de butikker der er lukket på grund af Covid restriktioner ikke lukker op igen – de er simpelt hen ikke i stand til det – selv med hjælpepakker, momslån og andet.

Ejerledere og små selvstændige slider med at betale dele af lønningerne som ikke er dækket og de kan selv opnå en meget begrænset løn selv.

Når vi ser på antallet af synligt tomme butikslokaler i flere byer inkl. Strøget og Købmagergade i Hovedstaden er det skræmmende og flere vil komme til – ingen tvivl om det. Men læg også mærke til de i de mindre byer, i shopping centre og sidegader. Det bliver desværre kun værre.

Det er et problem og en enorm udfordring der gives videre til landets borgmestre som har fået dette notat. Mere for at fornemme om de hver især har fokus på problemet – eller bare tror det går over eller at det er Erhvervsrådet eller Erhvervsafdelingen der løser den opgave.

Flere borgmestre har heldigvis taget sagen alvorligt og er dybt bekymrede og ved at de kan stå med et ret stort problem.

Her et lille opråb til dem om at få eftersat deres egne byer og detailhandel!

Kære Borgmester,

Der er meget man skal forholde sig til i denne Corona tid – det respekterer jeg naturligvis og senest jeg tillod mig at skrive til dig var – 14 dage før Covid for alvor ramte Danmark i marts sidste år og ingen kunne vide hvad der betød for vores liv og færder eller for din kommunes virksomheder.

Min baggrund og interesse er af gode grunde detailhandel som jeg har beskæftiget mig med gennem mere end 40 år indenfor alle brancher og niveauer fra enkeltbutikker til stormagasiner, dagligvarehandel, storcentre, lufthavne osv. Et liv gennem mange detailhandels kriser som Kartoffelkuren i 1986 – over de øvrige forbrugsbegrænsende tiltag i 90'erne – og deraf efterfølgende kriser i de nye årtusinde. Hver gang nye forhold at tage stilling til – hver gang lukningen – åbninger og muligheder for at komme godt videre trods alvorlige problemer.

Tiderne med at åbne op for nye detailhandels enheder og skærpe konkurrencen har helt klart været sund i langt de fleste tilfælde – men har nu senest også betydet at man kan konstatere en kraftig ændring i afsætningsmønstret og de kanaler der handels gennem.

Det betyder noget for din by – din kommune og jeres beslutninger om fremtidens detailhandel og byudvikling og struktur.

Vi vil over de næste 3-5 år se ret store forandringer i dansk detailhandel - ingen tvivl om det overhovedet.

Omsætningen mellem fysiske butikker og web shopper vil blive ændret ret kraftigt og det får indflydelse på forretningslivet i byer og også i centre. De fysiske butikker vil blive udfordret big time og skal opfinde sig selv igen - gerne med et servicebegreb som gør at de kan fastholde kunderne med det som de fleste savner - GOD SERVICE! –

Det er svært må man tro, for det er ikke mange steder man kan bryste sig af at folk alene kommer til netop den butik pga. god service. Er det svært? Er det dyrt? - Måske vil nogen sige - men ligesom alt andet handler det om ledelse og den rette indstilling hos dem som har valgt det job - det fineste af alle - nemlig at tage sig godt af kunderne.

Det at tage sig godt af kunderne er ikke at vende ryggen til dem - ikke at tale med kolleger om alt muligt ligegyldigt mens kunderne står og hører på - ikke at være travlt beskæftiget med at sende sms og opdatere sociale medier i arbejdstiden - nej det er det IKKE. - GOD SERVICE er opmærksom hjælpsomhed. Det er at se på kunden – tale med kunden – hilse og byde velkommen til min butik, min afdeling eller shop i shop. Nævn bare en butik det sker ud over min elskede Illums Bolighus – bare en´. Kan du det så glæd dig over det og blive ved med at rose dem for den gode service og del dine gode oplevelser med andre.

Hvad driver så kunderne i dag?

Det er stadig pris må vi sande og magtesløsheden hos den store del af detailhandlen har nu i fyrretyve år været drevet af nogenlunde samme principper – et godt tilbud, udsalg, kampagner alt sammen på bekostning af oplevelser mens man handler. Prisen er således det vigtigste parameter og det kan kun udfordres af oplevelser og god service. Analyser viser at folk gerne vil betale bare mere for god service og tryghed ved valget af produktet.

Tid er blevet vor tids kostbareste værdi. Derfor er tidsfaktoren også ret afgørende for hvordan vi skaffer os varerne hurtigt. Er det nettet og via en let tilgængelig velfungerende hjemmeside der er

hurtig at navigere rundt på fra køb til kurv og kasse – eller er det det store samlede udbud af butikker under et tag – Shopping centrene?

Hjemmesiderne har vundet forbrugernes hjerter – verden over ingen tvivl om det. Salget på webshopper i Danmark er steget fra omkring 80 mia. år tilbage og til 146 mia. i 2019 og et rekord år venter i 2020 hvor 1. halvår alene gav ca. 75 mia. i omsætning. Heraf har ca. 47% af forbrugerne handlet på nettet indenfor den seneste uge, 27% af købene gøres via telefonen og ca. 59% får deres varer leveret direkte hjem. Det sidste tal – hjemmelevering er kraftigt stigende af især den årsag at Corona har betydet mange er hjemmearbejdende og sammenholdt med endnu bedre logistikløsninger er det det foretrukne valg af leveringsmetode.

Vi køber stort set alt på nettet – det er enkelt det er nemt og vi har overblik over de aktuelle priser som svinger over dagen, ugen og måneden. Vi har verdens største shopping center på vores telefon – længere væk er det ikke.

Hvorfor skulle vi så drives til de fysiske butikker? Jo det skal vi fordi vi mennesker gerne vil ses og mødes med andre. Vi er af natur flokdyr der for de flestes vedkommende har behov for kontakt med andre levende væsener. – Det gælder altså også dem bag disken – hvis ikke de selv har opdaget det – når de står med ryggen til. Det at komme ud blandt andre er en stærk kraft der for alvor har været underdrejet siden 11. marts 2020. Vi er i den grad blevet udfordret på det at være sammen hver for sig – vi har i den grad savnet at være en del af det sociale fællesskab både på arbejde, privat og i foreningslivet. Netop de seneste 14 dage er det gået totalt amok i København hvor mange ikke har kunnet styre udlængslen til at være sammen med andre og på tiden af aftenen og natten at det nu er forbudt efter kl. 22.00. Vi skal altså ud og være blandt andre også når vi shopper dele af vores indkøb ikke alle som før men dele det forbrug vi har.

Når tid så er et vigtigt parameter som det ene og det at vi også gerne vil mødes andre mennesker når vi handler og shopper (det er to forskellige ting) så er tilgængelighed og udvalg næste parameter. Tilgængelighed altså nemt at komme til fysiske butikker – og et stort udvalg af det man søger – ja så er shopping centre og city miljøer med et godt udvalg næste mulighed for den hungrende forbruger. Shopping centrene har afløst det midtbyerne kunne for mange, mange år siden. De har samlet hele byen under et tag rent vareudvalgsmæssigt og lavet til tider kønsløse ”By midter” uden charme og nærmiljø – uden det liv vi også søger – det at være sammen og få oplevelser. Danmarks bedst drevne shopping center er nok Rødovre Centrum og er det Danmarks bedste står det meget sløjt til. Det er også det ældste som blev startet på en mark af en gartner i 1966 og har formået at forny sig men slet ikke som vi ser shopping centre i bla. USA. City2 blev indviet i 1975 og blev det første center der lavede oplevelser i Danmark. Det var med tivoli på torvet – stort legeområde, aktiviteter og underholdning – den fik alt hvad den kunne trække. Nu er City 2 nedslidt, middelmådigt uden liv og nerve og nærmest ligegyldigt.

Vi er i Danmark nået dertil hvor næsten alle centrene er ens. Det er de samme butikker der ligger i alle centre, med nogle få undtagelser – udvalget er næsten det samme på tværs af butikskæder og ankerbutikken det store supermarked eller hypermarked er motoren i at tiltrække kunderne. Disse centre har igennem de seneste 30 år trukket så meget omsætning og handel ud af midtbyerne og blevet til regionscentre med tiltrækningskraft fra et meget, meget stort opland og ikke kun den købstad de ligger i udkanten af som Kolding, Næstved og sågar Odense der som by har været i knæ i årtier fordi Rosengaards centeret blev stedet!

Hvad er det så der sker i vores skønne charmerende city miljøer – de byer som har mistet store dele af deres detailhandelsmæssige livsgrundlag til netshopping og storcentre. Jo de har nu opdaget af bymidterne kan noget andet som shopping centre i Danmark ikke formår – nemlig at skabe rammerne for hygge og stemning. De gamle bydele, torve og pladser bliver genoplivet – der skabes nogenlunde bæredygtige områder for færre men udvalgte butikker finder et spinkelt forretningsgrundlag og ofte drevet af ildsjæle der åbner sin egen Cafe, Isbar, Take Away, hjemmesløjde butik eller interiør/mode koncept. Er livet vendt tilbage til bymidterne – ja det er det for et kort øjeblik. Det er der kunderne søger hen når de vil have fred for de kedelige centre og vil vinde aflad for at kunne sige: ”Vi handler skam lokalt og støtter de små”. Det er i de områder vi shopper ikke handler. Forskellen er at *shoppe* er noget ”ligegyldigt” og ustruktureret drevet af lyst og inspiration mens at *handle* ind er målrettet køb fra et aktuelt behovs udgangspunkt, f.eks. indkøbslisten.

Hvad skal så forventes i årene der kommer?

-Vi vil se en internethandel der i Danmark i år når nye højder – måske 200-250 mia. kr. i 2021 – en omsætning der går fra de fysiske butikker i visse tilfælde dog til samme selskab bag den fysiske butik nu bare på nettet – men især de udenlandske netbutikker trækker mange penge ud af danskerne.

-Vi vil se mindre bymiljøer får en renæssance i meget små koncentrerede områder hvor vi kan ånde og få luft og købe aflad. Det kræver investeringer og kloge folk på Rådhusene for at se nødvendigheden heraf – der er valg næste år i Kommunerne – skønt hvis der kom lidt detailhandel med i planerne fremover.

-Vi vil se shopping center butikker lukke ned eller kræve mange penge i investeringer for at omdanne dem til mere moderne steder hvor folk kan lide at opholde sig og hvor der er oplevelseselementer der gør man syntes det er sjovt, hyggeligt og digitalt udfordrende at komme der.

-Vi vil desværre se mange tomme butikslokaler overalt – vi skal hitte på hvad de så skal bruges til for butikker kommer der slet ikke i dem alle igen.

-Vi vil se sammentrækninger af Hovedstrøg og Handelsingade hvor der kommer et naturligt centrum mens yderste dele af gadernes handels liv forsvinder (hvis ikke der gøres noget)

Hvad betyder det så?

Det kan betyde flere ting.

-Vi vil se Spørgelsesbyer er måske et stort ord – men vi vil opleve områder som ligge øde hen

-Vi vil se mange lukninger og konkurser

-Vi skal finde arbejdspladser andet steds

-Vi kommer til at se på husleje niveauer

-Vi kommer til at arbejde tættere sammen Kommuner og Erhvervsliv – Der er ganske mange kommuner der IKKE med god samvittighed kan sige de har en erhvervsstrategi for detailhandelen og city miljøerne i sammenhæng.

Overlever detailhandlen så?

Ja det gør den da bestemt men det bliver på andre vilkår og med et helt andet udtryk end vi har oplevet de seneste årtier. Men det kræver i den grad noget af butikkerne og kæderne ikke mindst – det handler om diversitet i udbuddet af koncepter, brands mv. og det kræver en helt, helt anden opmærksomhed i det politiske system især lokalt, hvis det skal lykkes – og det skal det.

(Opfølgning på Oplæg fra Kresten Schultz Jørgensen i Berlingske 14/9-2020

<https://www.berlingske.dk/kultur/kresten-schultz-joergensen-storcentre-er-forbrug-byer-har-vi-brug-for>)

Blot til inspiration – sig til hvis din kommune har brug for et check eller lidt inspiration før det er for sent – og inden du sender den videre til Erhvervshuset – så tænk over at det griber ind i hele din struktur i Kommunen – fra arbejdspladser, tiltrækning, attraktivitet, byliv og meget andet der skabes ved at borgerne syntes de har en god, dejlig, tryk, ren, venlig by at bo i – det handler om at se helheder her.

Det er vigtigt at du som borgmester har fuld fokus på dette område nu også når det ikke er minkfarmene der er fokus længere og i tillæg til det kan du samtidig se på dine cafeer, restauranter, hoteller og kulturliv.

Det bliver et ret spændende men også uhyggeligt forår – hvis det overhovedet kommer.

Tak.

Henrik Busch

03.02.2021