

Supermarkedernes vækst er også et byudviklingsproblem

I Danmark planlægger og bygger vi ofte for større dagligvarebutikker i byområderne, på trods af at vi flere steder har en overkapacitet af disse. Det kan begrænse mulighederne for et varieret by- og erhvervsliv. Glemmer vi, at vi i kommunerne har værktøjer til at ændre dette?

Af **Ruben Andersen,**
arkitekt MAA og byplanlægger

Flere og flere mindre dagligvarebutikker uden for de større byer lukker, mens der i de større byområder sker en øget koncentration af større butikker. Det er oftest de små kiosker og lokale købmænd, der bliver færre af, og som derfor påvirker det samlede antal af dagligvarebutikker i Danmark.[1]

Vokseværk og overkapacitet

Samtidig investerer kæderne i flere nye og større supermarkeder i de større byer, hvor det gennemsnitlige salgsareal steg hvert år i perioden 2009-2023 – fra 728 m² til 941 m². Tallene kommer fra Retail Institute Scandinavias opgørelse fra 2024, der også konstaterer, at: Dagligvaresektoren i Danmark er kendetegnet ved stærk konkurrence, lave overskudsgrader og overkapacitet af butikker i visse områder.[2] Denne udvikling er også blevet kommenteret af både af Coop Danmarks tidligere topchef[3] samt Salling Group-topchefen[4], hvilket tyder på, at kæderne fortsat konkurrerer om de mest attraktive placeringer og markedsandele, selvom der er overkapacitet.

Resultatet er et 'detailhandelslandskab', hvor færre butikker fylder mere, og som koncentrerer sig i byområderne.

Store butiksarealer låser programmeringen

Det er i høj grad discountkæderne, der er med til at drive udviklingen af nybyggeriets planløsninger i stueetagerne.



Det er i høj grad discountkæderne, der er med til at drive udviklingen af nybyggeriets planløsninger i stueetagerne. FOTO: RUBEN ANDERSEN

Arealerne planlægges fra starten, så det ofte kun er de store spillere, der kan etablere sig. Derved udelukkes mindre virksomheder og butikker, som ellers kunne være med til at skabe et mere levende og blandet lokalt handelsmiljø.

Ud fra en bæredygtighedsbetragtning er det et problem, at den låste programmering, hvad angår størrelse og indretning, begrænser muligheden for at anvende bygningerne til andre formål. Hvis efterspørgslen ændrer sig, er der en risiko for, at butikslokalerne vil komme til at stå tomme på sigt. Når først der er bygget, kan det være vanskeligt at ændre på planløsningen.

Tæt på hvor jeg bor i København, lå der i mange år et supermarked på over 1.000 m^2 i stueetagen på et nybyggeri. Til sidst drejede supermarkedet nøglen om. Lokalerne stod derefter tomme i mere end to år. På nabohjørnet overfor skiltes der nu for et nyt supermarked, som snart flytter ind i en bygning under opførelse. Jeg frygter desværre, at historien vil gentage sig selv inden længe, og at der igen bygges nyt til et behov, der ikke eksisterer.

Pointen er ikke, at kædebutikkerne i sig selv er et problem, eller at disse bliver placeret i stueetagen ved etagebyggeri. Problemet er, at de fortsat vokser i størrelse og antal og indtager store arealer i nye betonbygninger med dertilhørende asfalteret udeareal til kundeparkerings-

> Resultatet er et 'detailhandelslandskab', hvor færre butikker fylder mere, og som koncentrerer sig i byområderne.



> Det kræver en grundig lokal opmærksomhed og politisk vilje at udfordre den omtalte udviklingsmodel for store dagligvare-butikker.

pladser og vareindlevering. Steder, som kunne have været udlagt til grønne eller rekreative byrum.

Når supermarkeder konkurrerer på beliggenhed

Butikkernes konkurrence handler ikke kun om discountpriser, men i høj grad også om afstand og placering. Man kan tale om en udviklingsmodel, hvor supermarkederne helt taktisk placerer sig meget tæt på konkurrenterne, så de kan tage markeds-andele fra hinanden ved ikke at lade konkurrenten dække et lokalområde eller kvarter alene.

Vi ser altså en fortsat koncentration og mætning af supermarkederne i mange byområder. Det kan ske, fordi det er muligt for dem at bygge stort, og fordi det selv-sagt er i deres egen økonomiske interesse at gøre dette, uanset om der faktisk er et egentligt lokalt behov og uden skelen til, om det bidrager positivt til et mere mang-foldigt byområde.

Planloven fastsætter en række øvre grænser for dagligvarebutikkers brutto-etageareal fordelt på kategorier. En række politiske partier i Folketinget var senest i 2017 med til at hæve den maksimalt tilladte størrelse for dagligvarebutikker til 1.200 m^2.

Når den maksimalt tilladte størrelse er så forholdsvis høj, vil det derfor være hos kommunerne, at en regulering kan finde sted, der kritisk forholder sig til konkrete projekter og politiske prioriteringer i byudviklingen og ambitionerne for by- og handelslivet.

Hvordan vi i kommunerne kan støtte et varieret udbud

Reelt har kommunerne mulighed for aktivt og strategisk at arbejde med ramme-vilkårene og stille krav i byudviklingen for at sikre en større mangfoldighed i byernes erhvervs- og butiksliv.

Kommuneplanerne indeholder nemlig retningslinjer for kommunernes egen detailhandelsstruktur, der bl.a. fastsætter det maksimale samlede bruttoetageareal til butiksformål og det maksimale brut-toetageareal for de enkelte butikker i de enkelte rammeområder. På den måde kan der skabes et samlet overblik og opgø-relse for kommunen, som kan bruges til at vurdere de reelle fremtidige behov for dagligvarebutikker.

I lokalplanerne har vi som planlæggere mulighed for det samme: at tage stilling til, hvilke funktioner og størrelser der gives plads til i et givent område. I realiteten vil



mindre tilladte butiksarealer nok medføre, at nogle supermarkeder fravælger at etablere sig i et givent lokalplanområde. Det skyldes, at de ofte kræver både et betragteligt minimum af butiksareal samt udendørsarealer til parkering og vareindlevering.

Et varieret butiksudbud kræver aktive valg

Hvis vi kort genbesøger planloven, så siger dennes kapitel 2 d om planlægning til butiksformål, at: Planlægningen skal fremme et varieret butiksudbud i mindre og mellemstore byer samt i de enkelte bydele i større byer.

Hertil kan man så spørge, om der virkelig er tale om et varieret udbud, når det overvejende er den samme håndfuld virksomheders butikker, som etablerer sig i mange lokalcentre og kommuner? Især når der er belæg for, at deres funktioner er stærkt overrepræsenteret ift. den reelle efterspørgsel, hvor mulighederne for et mere mangfoldigt by- og erhvervsliv samtidig begrænses.

Det kræver en grundig lokal opmærksomhed og politisk vilje at udfordre den omtalte udviklingsmodel for store dagligvarebutikker. I stedet bør man støtte en større grad af fleksibilitet ved at stille betingelser for at sikre butikslokaler, som er økonomisk tilgængelige for flere end bare de største virksomheder. SMVdanmark har også påtalt dette og har allerede stillet forslag til, hvordan der konkret kan skabes bedre rammer for den mere lokale detailhandel.[5]

Det vil her særligt være byplanlæggernes rolle at vejlede embedsværket og lokalpolitikerne og gøre opmærksom på, at der bør stilles krav til den maksimale størrelse for dagligvarebutikker. Samtidig bør det gøres mere attraktivt at drive mindre fysiske butikker.

På den måde kan der opnås et mere blandet butiksliv med andre funktioner, som rent faktisk kan være efterspurgte, i stedet for flere af de store supermarkeder, som der allerede mange steder er rigeligt af.

> Hvis efterspørgslen ændrer sig, er der en risiko for, at butikslokalerne vil komme til at stå tomme på sigt. Når først der er bygget, kan det være vanskeligt at ændre på planløsningen.

1 dst.dk/da/Statistik/udgivelser/analyser/53371-229000-personer-har-over-5-km-til-dagligvareindkoeb

dsk.dk/hypermarkeder-truer-lokalsamfund-op-mod-40-procent-af-butikker-forsvinder-paa-10-aar/

2 colliers.com/da-dk/nyheder/dagligvarebutikker-er-eftertragtede-blandt-ejendomsinvestorer

3 finans.dk/erhverv/ECE10548103/tronskifte-i-dagligvarehandlen-dansk-supermarked-overhaler-coop-i-kampen-om-kunderne/

4 detailwatch.dk/nyheder/dagligvarer/article17237000.ece

5 smvdanmark.dk/analyser/temaanalyser/butiksd%C3%B8den-forts%C3%A6tter-danmark-har-mistet-over-1-100-forretninger-p%C3%A5-fem-%C3%A5r