

Kære Rune,

Neden for finder du vores kommentarer til rapporten ”Fremtidens detailhandel”. Kommentarerne er samlet i en overordnet del med generelle kommentarer og en del med mere specifikke kommentarer.

Generelle kommentarer

Dansk Detail er bekymret for analysernes repræsentativitet. Flere steder i rapporten fremgår det, at visse analyser alene bygger på interviews med få aktører i markedet uden, at det samtidig oplyses, hvilke aktører der er tale om, så det kan bekræftes, at disse få aktører rent faktisk er repræsentative for markedet og dets struktur. F.eks. fremgår det flere steder i rapporten, at man har talt med en eller to virksomheder – typisk en stor og en mindre virksomhed – hvorefter disse virksomheders vurderinger udlægges som en generel vurdering af markedet.

Alene undersøgelsen af forbrugernes præferencer synes at være repræsentativ.

Desuden er det vores vurdering, at rapporten kun i begrænset omfang lever op til de krav, der fra politisk hold oprindeligt blev stillet til rapporten i forlængelse af lukkelovsliberaliseringen, hvor man ønskede en rapport, der drøftede e-handel, uddannelse, beskæftigelse og butiksstruktur. Rapporten beskæftiger kun i begrænset omfang med de emner, som blev fastlagt fra det politiske niveau, og der kan derfor rejses tvivl om, hvorvidt rapporten opfylder sit oprindeligt politiske fastlagte formål, eller om den har fået lov til at ”leve sit eget liv” afkoblet fra de politiske krav, der oprindeligt blev stillet til hvilke emner, den skulle behandle.

Samlet set svækker begge dele rapportens legitimitet betydeligt.

Specifikke kommentarer

Neden for findes Dansk Details specifikke kommentarer til rapporten:

Side 6, 2. afsnit: Det bør fremhæves tydeligere, at udvalgswarehandlen har positiv produktivitetsudvikling i perioden, så dagligvarehandlens og udvalgswarehandlens produktivitetsudvikling hele tiden beskrives parallelt på steder i rapporten, hvor det er aktuelt. Se f.eks. også side 17, 2.2., afsnit 3.

Side. 8, 3. afsnit: Det giver ikke mening at tale om et bredere udvalg af dagligvarer via e-handel, når e-handlen med dagligvarer i Danmark er knyttet op på de selv samme dagligvareleverandører, som leverer til de danske fysiske butikker.

Side 9, afsnit 2: Udvalgswarehandlen med tøj, sko, møbler m.m.er allerede internationaliseret i dag, da en ganske stor del af butikkerne på det danske marked er knyttet op på bl.a. udenlandske kæder. Dette fremgår også senere i rapporten. Det er derfor vores vurdering, at udvalgswarehandlen ikke vil opleve yderligere internationalisering i stor stil – det er nemlig allerede sket. Se yderligere kommentarer neden for.

Side 18, figur 2.3: Y-aksens måleenhed bør angives som omsætning pr. arbejdstime, hvis det er det, der menes, da det typisk er det fagudtryk, der anvendes.

Side 23, 2.4: For at sikre sammenhæng og parallelitet mellem de enkelte markedsbeskrivelser mangler der her en beskrivelse af produktivitetsudviklingen for tøj- og skobranchen og / eller udvalgsvarerhandlen.

Side 24, afsnit 4: Det kan vel næppe beskrives som en mindre boble, når omsætningen stiger ca. 25 %-point fra 2003 til medio 2007, hvorefter den falder ca. 20 %-point. Det er i økonomisk terminologi en stor boble og bør rettes til.

Side 24, afsnit 5: Salget af sko er sæsonafhængigt, men afhænger mere af årstider end af højtider, så teksten skal suppleres op med denne information.

Side 46, 4.1., afsnit 5 og 6: Det bør fremgå hvilke virksomheder, der er blevet interviewet. Der findes ca. 4.000 tøj- og skobutikker i Danmark, og analysen bygger på 15 interviews med virksomheder fra dagligvare-, elektronik- og tøj- og skobrancherne. Antager man, at der bare gennemført 5 interviews i hver branche, så skulle disse 5 interviews sikre, at svarene er repræsentative i forhold til en branche med ca. 4.000 butikker. Ud fra en faglig statistisk vurdering er det et alt for usikkert grundlag at konkludere på baggrund af. Selv om der søges taget et forbehold i afsnit 6, hvor det anføres, at analysen alene er en indikator for detailhandlens vurdering af de lovgivningsmæssige rammer, så tillægges det faktum, at der er gennemført 15 interviews, andre steder i analysen så stor vægt, at interviewene de facto kommer til at fungere sprogligt og fagligt som detailhandlens generelle vurdering af de lovgivningsmæssige rammer.

Side 50ff - erhvervslejeloven

Der mangler i afsnittet en vurdering af, hvad det vil betyde for detailhandlens investeringslyst i nye butikker og nye lejemål, hvis man åbner for i langt højere grad at tidsbegrænse lejemål for butikker, hvis goodwill m.m. er knyttet til en bestemt beliggenhed med tilhørende kundekreds.

Investering i et lejemål med tilhørende butikskoncept er en så stor investering, at omkostningsniveauet for butikkerne vil stige meget markant, hvis de tvinges ud i hurtigere afskrivning m.m. på grund af tidsbegrænsede lejemål med relativt kortere løbetider end i dag. Hvor butikken tidligere har kunnet fordele investeringsudgifterne over en længere årrække, tvinges man med tidsbegrænsede lejemål med kortere løbetid ud i at skulle fordele omkostningerne over en markant kortere periode. Ligeledes skal den goodwill, som man kunne forvente at sælge senere ved en butik med en god beliggenhed, nu indtjenes på driften i lejeaftalens tidsbegrænsede løbetid. Til sammen vil dette øge priserne over for forbrugerne markant.

Desuden vil de butikker / kæder med den største forhandlingsstyrke søge at forhandle lejekontrakter uden tidsbegrænsning på plads. Og lykkes det vil den understøtte en yderligere skævvridning af butiksstrukturen til fordel for de største detailhandelsvirksomheder på bekostning af den fintmaskede butiksstruktur med et bredt udvalg af varer for alle forbrugergrupper.

Side 59, forbrugeraftaleloven, afsnit 4 og 5: Problematikken med, at Forbrugerklagenævnet kræver ombytning til et produkt, der er fuldstændig identisk, rammer ganske mange brancher, herunder også tøj- og skobutikkerne, hvor en større og større andel af omsætningen knytter sig til produkter, der sælges hurtigt ude i butikkerne og kun produceres og sælges i ganske kort tid. F.eks. findes der butikskæder, hvor processen fra design til salg i butik kun tager 3-4 uger med en efterfølgende lige så kort salgperiode i butikkerne. Og dermed er det slet ikke muligt at leve op til

Forbrugerklagenævnets praksis, når processen med design, produktion, markedsføring og salg er langt mere tempofyldt end tidligere.

Side 61ff - planloven

Side 63, afsnit 3: Det er uklart, om der her menes, at der er forskel på produktiviteten i dagligvarehandlen og andre brancher, da man her bruger begrebet ”detailkæderne produktivitet”. Derfor bliver det også uklart, om man mener, at kæders produktivitet adskiller sig fra f.eks. franchisekæders, frivillige kæders og fritstående butikkers produktivitet, herunder hvilke forskelle der gør sig gældende på tværs af brancher, eller om man her taler om forskelle i produktivitet mellem dagligvarebutikker og udvalgswarebutikker. Dette bør afklares.

Side 63, sidste afsnit: Det nævnes flere steder i rapporten - også her - at en lempelse af planloven kan føre til, at udenlandske kæder etablerer sig i Danmark, hvilket vil kunne øge konkurrencen i detailhandlen. Igen er det nødvendigt at fremhæve, som det også fremgår andre steder i rapporten (f.eks. side 23), at omkring en tredjedel af butikkerne i tøj- og skobranschen i dag er udenlandske, og at derfor allerede er sket en betydelig internationalisering. Dette gælder også for en række andre udvalgswarebrancher, f.eks. møbelbranchen. Internationalisering og udenlandske etableringer er således ikke noget nyt for meget store dele af udvalgswarehandlen.

Disse internationale etableringer i udvalgswarehandlen har fundet sted under den nuværende og de tidligere planloves detailhandelsbestemmelser, herunder kvadratmeterbestemmelser m.m. Med andre ord har planlovens detailhandelsbestemmelser gennem årene ikke begrænset internationaliseringen og etableringen af udenlandske butikker i de væsentligste dele af udvalgswarehandlen, herunder tøj- og skobranschen samtidig med, at produktiviteten i disse brancher har ligget på et relativt højere niveau end i andre brancher.

Med en stigende nethandel, der inden for tøj- og skobranschen forventes at udgøre ca. 15 % af omsætningen inden for en rimelig fremtid, giver det mindre og mindre faglig mening at tale om et behov for større butikker. Når en relativt større andel af branchens omsætning hentes med nettet som salgskanal, så reduceres behovet for større butikker og mere butiksareal. Denne udvikling bestyrkes af, at varegrupper inden for hvilke, det ikke er muligt at opretholde et tilstrækkeligt stort sortiment med indtjening bag, bliver flyttet over på nethandel. Et konkret eksempel uden for tøj- og skobranschen er dagligvarebutikkernes udvalg af forbrugerelektronik, der pt. reduceres og allerede er begrænset, fordi det ikke længere er muligt at opretholde et konkurrencedygtigt, fuldt sortiment. Her tager nethandlen over.

Samtidig er det vanskeligt for mange udvalgswarebutikker, herunder tøj- og skobutikker isoleret set at tjene penge på deres nethandelsaktiviteter. Men da forbrugerne efterspørger salgskanalen, har butikkerne udviklet den, lige som rene netbutikker er trådt ind på markedet. De fysiske butikker har indtil videre blot afholdt omkostningerne til etablering af nethandel, men det vil formentlig være muligt at skabe bedre økonomi i netbutikker, hvis det fysiske butiksareal reduceres over tid. Dette taler for, at behovet for større butikker reduceres betydeligt. Også derfor giver det næppe faglig mening at give plads til større butikker, hvis man ønsker at øge produktiviteten. Her vil etablering af nethandel kombineret med et reduceret butiksareal formentlig sikre en højere produktivitet.

Side 75, afsnit 1: Der tales her om e-handel med dagligvarer fra udenlandske butikker. Sammenholdt med udfordringerne for e-handel med dagligvarer (side 75, afsnit 5 - krav til

opbevaring, nedkøling m.m.) giver det næppe praktisk mening af tale om e-handel med dagligvare fra udenlandske netbutikker til danske forbrugere.

Konklusion

Det er Dansk Details opfattelse, at rapporten

- ikke på baggrund af de gennemførte interviews er repræsentativ,
- ikke opfylder de politiske krav til hvilke emner, den skulle behandle,
- ikke i tilstrækkelig grad beskriver produktivitetsudviklingen for udvalgswarebutikkerne,
- ikke i tilstrækkelig grad adskiller produktivitetsudviklingen for udvalgsbutikker fra produktivitetsudviklingen i dagligvarebutikker, men i stedet behandler produktiviteten under ét,
- konkluderer unuanceret og forkert omkring planloven, når der ikke tages hensyn til, at bl.a. tøj- og skobranschen allerede i dag er en branche med en meget betydelig grad af udenlandske aktører og internationalisering, dels når talen falder på fysiske butikker, men også når talen falder på nethandel, hvor udenlandske netbutikker i dag er betydelige aktører på det danske marked.

Spørgsmål og kommentarer kan rettes til undertegnede.

De bedste hilsner

Jens Birkeholm
Direktør

[Hjælp os til at blive bedre - bedøm Dansk Detail](#)

<https://www.linkedin.com/in/jensbirkeholm>

<https://www.facebook.com/jens.birkeholm>

<https://twitter.com/jensbirkeholm>

| Dansk Detail | Danmarks Skohandlerforening | Men's Fashion World | Langebrogade 5, 1411 København K. |

| +45 33 12 17 08 | www.dansk-detail.dk | <http://m.dansk-detail.dk> |

| +45 33 91 46 07 | www.skohandlerforening.dk | <http://m.skohandlerforening.dk> |