

Detailhandelens Udvikling...

...Under og efter corona-nedlukningen

En undersøgelse af butikslivets udvikling i
otte handelsbyer



Forord

Undersøgelse af butikslivets udvikling i otte handelsbyer

Den delvise nedlukning af Danmark- og meget af den øvrige verden- fra foråret 2020 har fået betydning for mange dele af det danske samfund. Også for handel, byliv og de langsigtede udviklingsmuligheder i bysamfund hen over landet, kan corona-krisen få stor betydning.

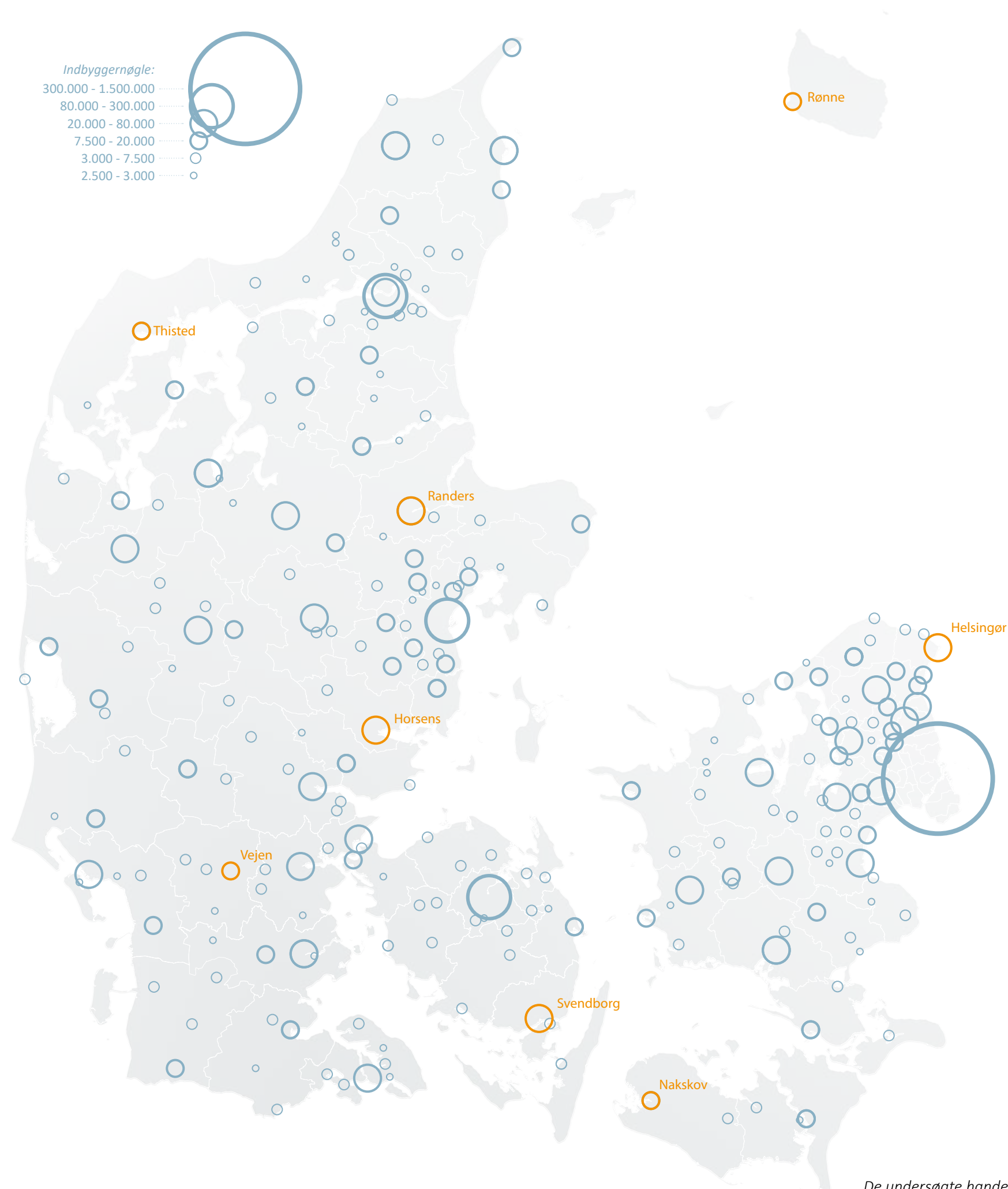
Med støtte fra Realdania har Urland, i samarbejde med ICP, gennemført et program for overvågning af udviklingen i detailhandlen i otte danske hovedbyer, dels med fokus på at afdække hvordan butikkerne har klaret sig gennem krisen, og dels med det formål at udvikle metoder for overvågning af detailhandelen på længere sigt.

Programmet omfatter en status for butikslivet i maj 2020, november 2020, maj 2021 og senest i november 2021- det vil sige en status over halvanden års tid, siden den første nedlukning som følge af krisen i foråret 2020. Overvågningen omfatter i alt otte mindre (7.500-15.000 indbyggere), mellemstore (15-25.000 indbyggere) og større handelsbyer (25-75.000 indbyggere) spredt rundt i Danmark. Overvågningen omfatter alle dagligvarebutikker, udvalgswarebutikker, restauranter/barer samt behandlere og klinikker. Den geografiske og størrelsesmæssige spredning i de overvågede byer gør, at der skabes et bredt indblik i, hvordan corona-nedlukningen har påvirket byerne på den korte og mellemlange bane.

”

Vores oplevelse er, at handelsmønstret har ændret sig. Vi vil ikke opleve fysisk handel, som vi gjorde før i tiden. Alle forbrugere har lært at handle via nettet, og det er kun blevet styrket de sidste to år. Kunderne har fundet ud af, at nethandel er nemt - så fra vores side kræver det, at vi ændrer handelsgadernes funktion. De skal gå fra ikke kun at fokusere på handel, men også være et by- og oplevelsesrum, hvor man fx tager ind til byen og bruger den, uden nødvendigvis at shoppe.

Eventchef Katrine Hartmann,
Nakskov Handel & Erhverv



Om undersøgelsen

Undersøgelsen er gennemført som en kortlægning af butikker på baggrund af CVR-udtræk som er sammenholdt med open source-data, som er kombineret med fysisk registrering i hver af de otte byer, hvor status for den enkelte butik (åben, delvis åben, midlertidig lukket, lukket) er noteret på baggrund af rekognoscering. Der er gennemført første registrering i maj 2020, anden registrering i november 2020, tredje registrering i maj 2021 og fjerde registrering i november 2021.

“Butikker” forstås her bredt som alle fysiske butikker, der sælger varer (dagligvarer og udvalgsvarer), men også spisesteder (restauranter, cafeer og barer). Endelig er behandlere og klinikker (frisører, skønhedssaloner mm) medtaget i undersøgelsen. Undersøgelsen omfatter alle handelspunkter indenfor ovenstående kategorier i hele byens og forstædernes udstrækning. For byer, som ligger i tæt afstand til nabobyer (for eksempel Helsingør), er der taget udgangspunkt i den afgrænsning af byen, som anvendes af Danmarks Statistik.

Som supplement til den fysiske registrering, er der gennemført interviews med centrale repræsentanter for handelslivet i de otte byer. Interviews har særligt haft til formål at afdække nuancer i udviklingen, som dataen ikke kunne belyse.



Indhold

Status november 2021.....	7
Butikkerne holder åbent	7
Der er lidt mindre fart på	7
Butikkerne er blevet mere resistente	7
Butikslivet i 2022?	7
Overvågning fra maj 2020 til november 2021.....	8
Udvalgsvarerne har det svært	18
Varer til hjemmet vinder	19
Byens geografi spiller ind	20
Lille og hurtig	22
Nettet er kommet	23
Handelsbyerne er blevet klogere	23
Refleksioner.....	24
Decentral handelsstruktur	25
Flest butikker i de små byer	28

Opdateret analyse:

Butikslivet som helhed ser ud til at have klaret sig godt igennem 2021. Corona-krisen har indtil nu ikke haft større konsekvenser for mængden af fysiske butikker i handelsbyerne. Samlet er der åbnet lidt flere butikker, end der er lukket i løbet af 2021. Dermed ser butikslivet bredt betragtet ud til igen at være ovenpå efter den chokeffekt, der ramte i foråret 2020. Det er dog ikke alle butikstyper, der har klaret sig lige godt. Særligt har butikker inden for møbler og gør-det-selv indtil nu haft exceptionelt godt salg under corona-krisen, mens for eksempel tøjbutikker har haft det betydeligt sværere.

”

Butikkerne er blevet meget opmærksomme på hele tiden at være omstillingsparate. Vi taler meget om at være i stand til at tilpasse sig en ny situation, uagtet Covid eller ej. Mit indtryk er, at vi slet ikke har set konsekvenserne af krisen endnu. Én ting er folks interesser, købelyst, handelsmønstre mm. En anden ting er levering og fragt – der er nogle ydre omstændigheder, som kommer til at presse handelsmarkedet fremadrettet

*Citychef Mette Bræmer-Jensen
Randers Cityforening*



”

Butikkerne skal have to roller. De skal være både en fysisk butik med god kundeservice, og så skal de have en digital version med en hjemmeside, webshop og sociale medier. Der er sket et skifte i kundernes handelsmønstre, og det kræver, at butiksejerne investerer flere ressourcer i sit salg både offline og online.

Eventchef Katrine Hartmann,
Nakskov Handel & Erhverv

”

Man skal være en stor aktør for at have et stort salg via nettet. Kun 10% af omsætningen i min egen butik genereres via netsalg. Små fisk som os tjener ikke det store på nethandel. Jeg tror på, det er en bedre og hurtigere oplevelse at handle i en fysisk butik. Mit indtryk er også, at mange har indset ulemperne ved at handle på nettet – fx at nogle pakker ikke kommer frem, at man kan blive snydt, at man ikke kan prøve tingene, at der kan være lange leveringstider mm.

Formand Jan Bidstrup
Rønne Handelsstandsforening

Status november 2021

Butikkerne holder åbent

Med baggrund i overvågninger i maj 2020, november 2020, maj 2021 og senest i november 2021 kan analysen konkludere, at butikslivet generelt har klaret sig bedre end forventet. Ved overvågningen i november 2021 var 3,7 % af butikkerne lukkede sammenlignet med de, der var åbne i maj 2021. Det er noget færre lukninger, end der blev registreret hen over vinterhalvåret 2020-21. Samlet var der åbnet 5,1 % nye butikker ved registreringen i november 2021, sammenholdt med maj 2021. Det er ikke lige så mange, som i vinterhalvåret 2020-21, hvor iværksætter aktiviteten var særdeles høj- men selv om antallet af nye butikker er faldet lidt i den seneste periode, er det dog stadig et pænt højt niveau åbninger.

Der er lidt mindre fart på

Der er i november 2021 lidt mindre fart på udviklingen i butikslivet, end der har været tidligere. Fra november 2020 til maj 2021 var aktiviteten blandt detailbutikkerne ganske høj. Der blev registreret knap 6 % nye butikker og stort set det samme antal lukkede butikker, på blot et halvt år. I november 2021 er andelen af nye åbninger faldet lidt igen, men med samlet godt 5 % procent nye butikker, er der stadig en god mængde iværksættere, som har mod på at starte op med nye ideer og butikskoncepter.

Mængden af lukninger er faldet betydeligt ved registreringen i november 2021, sammenholdt med tidligere. Med godt under 4 % lukninger i november 2021 mod mere end 6 % i maj 2021, er antallet af lukkede butikker faldet til et lavere niveau det seneste halve år.

Butikkerne er blevet mere resistente

Undersøgelsen viser, at de butiksdrevende er blevet mere resistente, når nye corona-restriktioner introduceres som følge af et stigende smittetal. De er omstillingsparate og drager jævnlige erfaringer fra det forgangne år. Langt hen af vejen kan man sige, at de butiksdrevende ikke byder et handelsliv med restriktioner velkomment, men det er i langt større grad normaliseret i takt med, at de butiksdrevende har skabt både rutiner og strukturer i håndteringen af dem. De butiksdrevende er ihvertfald blevet både rutinerede og selvstændige, når det kommer til at håndtere restriktionerne, og de søger generelt mindre hjælp og sparring fra sine butiksnetwork og handelsforening.

City- og handelsforeningerne har haft en travl rolle med at understøtte de butiksdrevende i corona-krisen, men også med at bevare overblikket over byens samlede detailhandel og bylivsudvikling. Ifølge handelscheferne har de erfaringer de har gjort sig i vinteren 20/21, stor betydning for forberedelsen til vinteren 21/22- for eksempel planlægger man ikke aktiviteter i vinterhalvåret, som ikke kan gennemføres med en række corona-

restriktioner. Aflysningerne sidste år var markante og efterlod flere handelsbyer med stille gader. Det scenarie ønsker man at undgå denne vinter, og for at holde byen åben i juletiden, har mange handelsforeninger valgt at sprede mindre aktiviteter ud over hele bymidten i løbet af december, frem for at arrangere ét stort event.

Butikslivet i 2022?

Gennem 2021 er butikslivet som helhed kommet i gear efter de historisk lange nedlukninger først i foråret 2020 og derefter i vinteren 20/21. Hjælpepakker og momsudskydelse har været med til at holde hånden under de butiksdrevende under corona-krisen, men et ganske kraftigt økonomisk opsving gennem det meste af den tid, denne undersøgelse er foregået, har helt sikkert også gjort en forskel.

Undersøgelsen her indeholder ikke tal for butikkernes økonomi, herunder indtjening og likviditet, men fra de blandt andet de gennemførte interviews hører vi, at mange butikker har klaret sig gennem hårde tider ved at tære på opsparingen. Samtidig har de to sidste somre, hvor mange danskere har holdt sommerferie på dansk jord, skabt grundlag for en god omsætning, så mange butiksdrevende har kunne sikre sin kassekredit igen.

På nuværende tidspunkt er de fleste hjælpemuligheder for butikslivet fjernet igen, og det er fortsat usikkert, hvornår dele af butikslivet reagerer på eksempelvis udskudt momsbetaling, som snart ikke kan udskydes længere. Det er også svært at spå om, hvorvidt opsvinget varer ved, og hvordan handelsbyernes detailhandel i givet fald reagerer, hvis konjunkturerne begynder at vende den anden vej. Spørger man handelscheferne, er der stadig delte meninger om, hvorvidt alle butikker klarer tilbagebetalingerne af eksempelvis moms og lån, særligt hvis der indføres yderligere restriktioner.

Ifølge handelscheferne møder fremtidens butiksliv andre udfordringer. Mange handelsbyer har i 2020 og 2021 fokuseret på nye kampagner med fokus på at støtte lokale butiksdrevende, og det tyder på, at forbrugerne har taget budskabet til sig. Valget om at støtte lokalt har naturligvis stor betydning for de lokale butikkers omsætning, men også for det aktive byliv, det medfører. En af de større udfordringer, man vil møde i handelsbyerne i de kommende år, vil være at opretholde kundernes evne til at støtte lokalt. Stopper udviklingen parallelt med at nethandlen brager fremad, vil det have store konsekvenser for mange handelsbyer- og løsningen er, ifølge nogle af de adspurgte handelschefer, at udbrede fortællingen om handelsbyens værdi for lokalsamfundet.



Overvågning fra maj 2020 til november 2021

Følgende diagram viser de otte overvågede byer- henholdsvis Thisted, Randers, Horsens, Vejen, Svendborg, Nakskov, Helsingør og Rønne. Diagrammet viser butikkernes åbningsstatus fra henholdsvis maj 2020 til November 2021 , og dels hvordan butikstyperne fordeler sig fra by til by.

Status for butikslivet er kortlagt med udgangspunkt i fire kategorier: åben, delvis åben, midlertidig lukket og lukket. Med denne status kan man følge udviklingen siden maj 2020 og dokumentere, hvor stor en andel af de fysiske butikker, som fandtes i starten af 2020, der stadig er åbne i november 2021.

De to kategorier “delvis åben” og “midlertidig lukket” er udtænkt i april 2020, da corona-krisen var på sit højeste, og de fleste butikker var pålagt betydelige krav til drift og åbningsbetingelser. I målingerne fra maj 2020 ses en del registreringer indenfor disse kategorier. Der er dog også flere gange i maj lavet afgørende ændringer på åbningsmulighederne for butikker, spisesteder med mere, og det kan komme til udtryk som forskelligheder i målingerne fra by til by.

Lukket

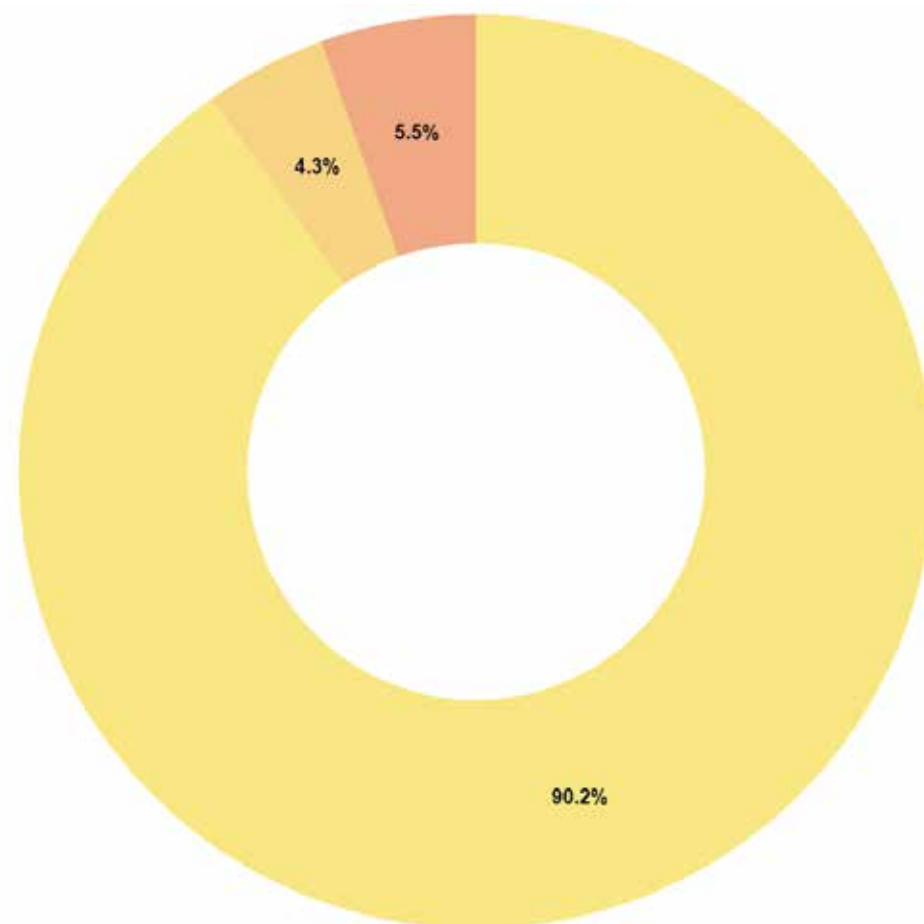
Midlertidigt lukket

Delvis åben

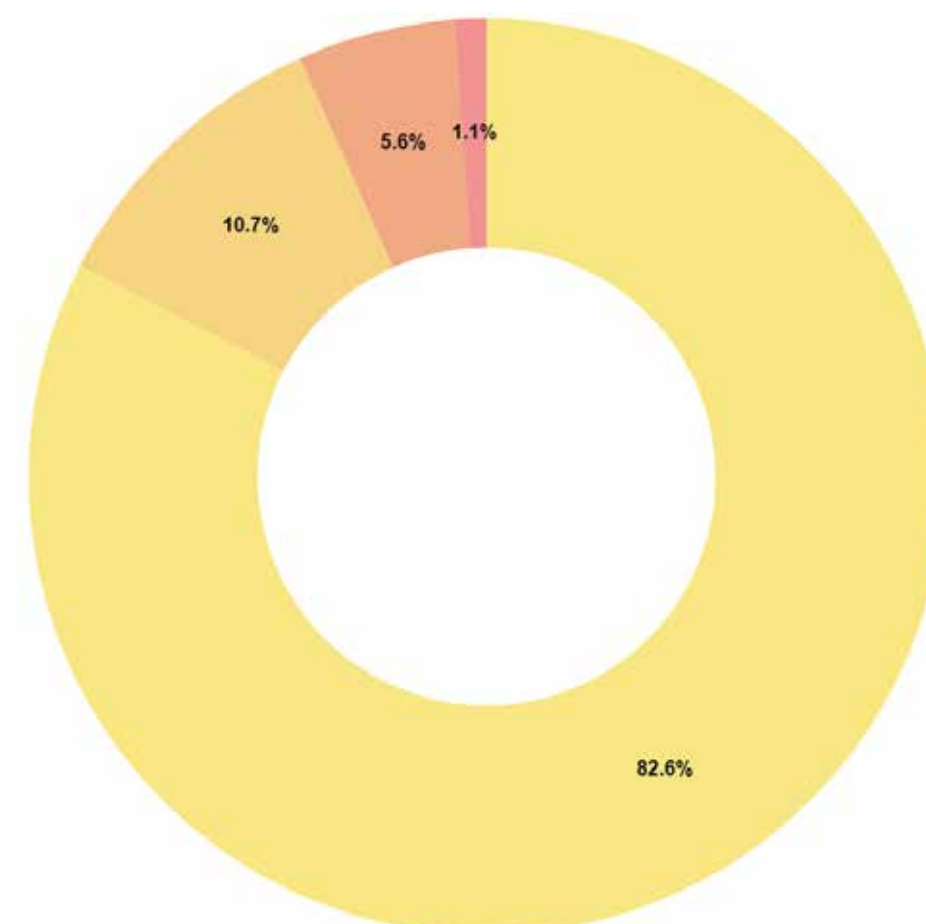
Åben

Helsingør

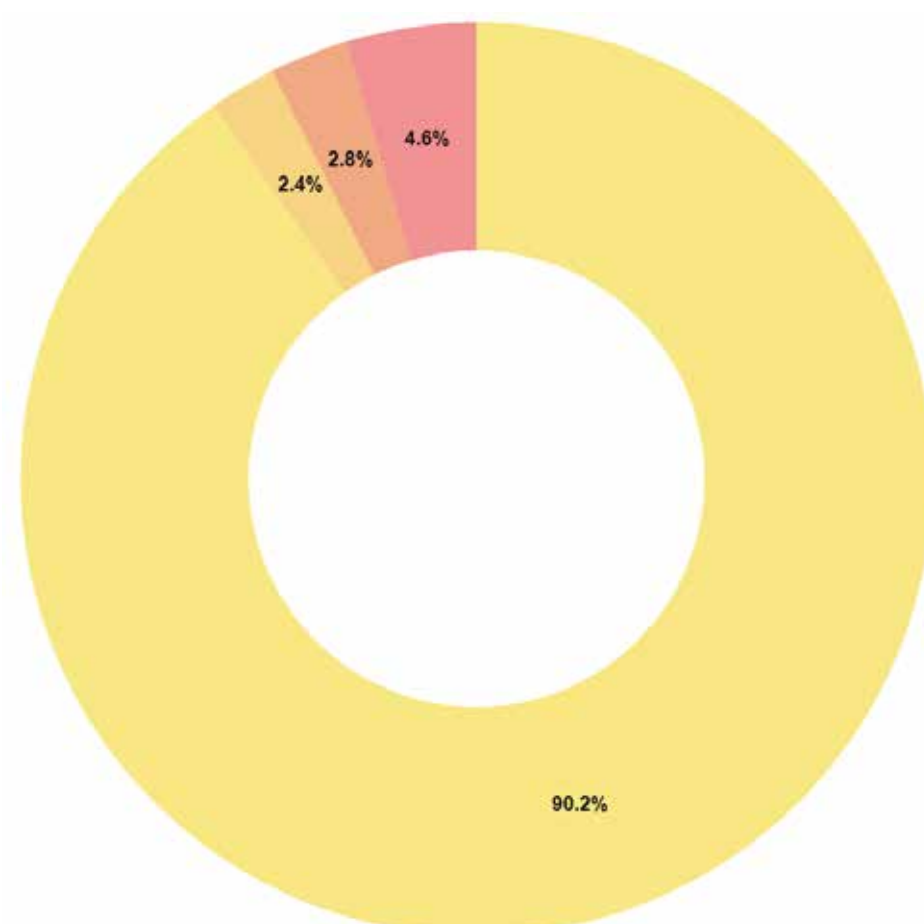
Maj 2020



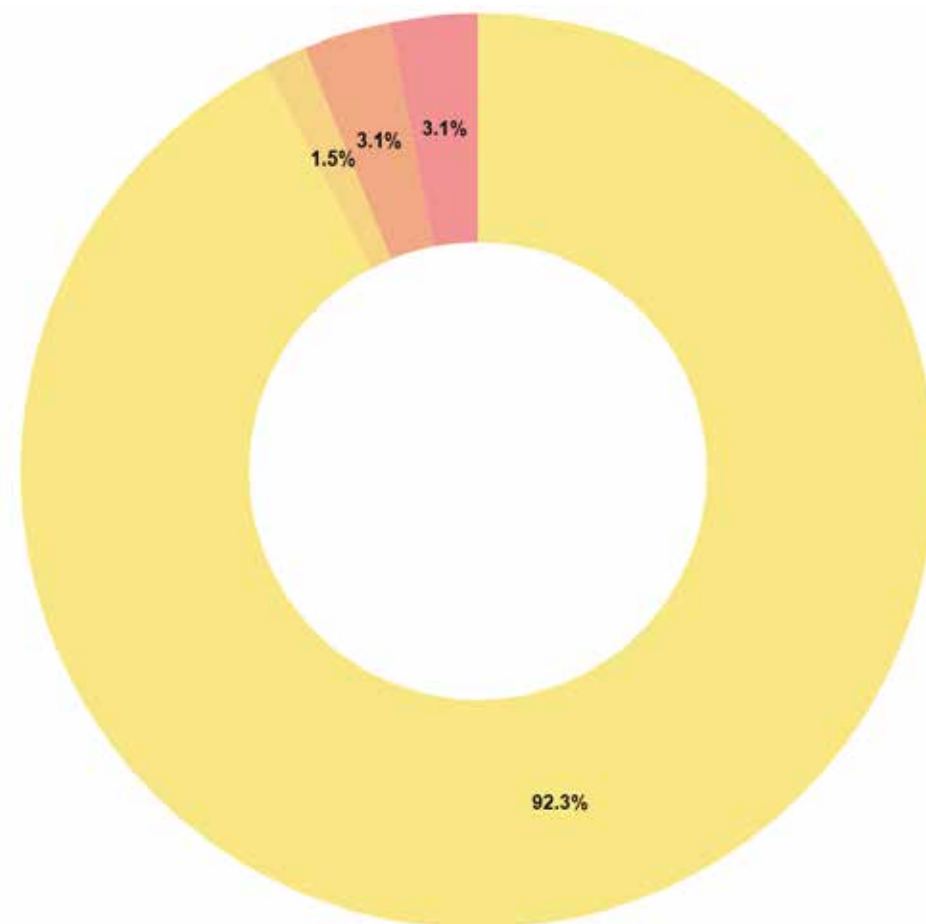
November 2020



Maj 2021

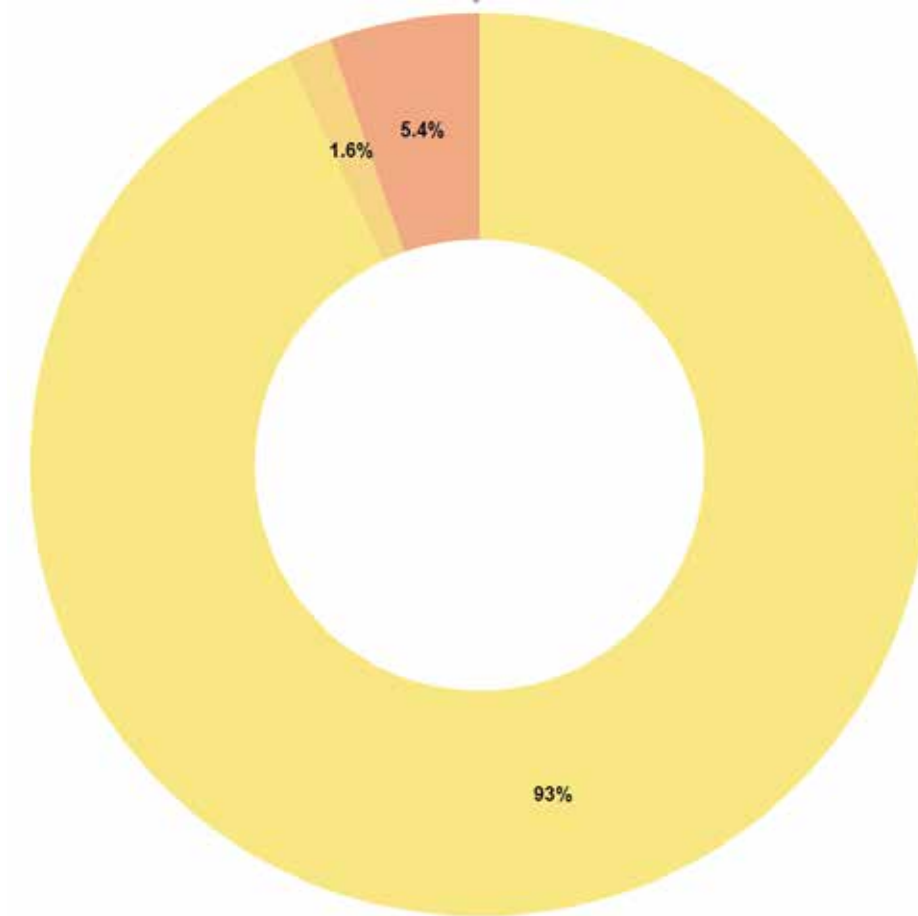


November 2021

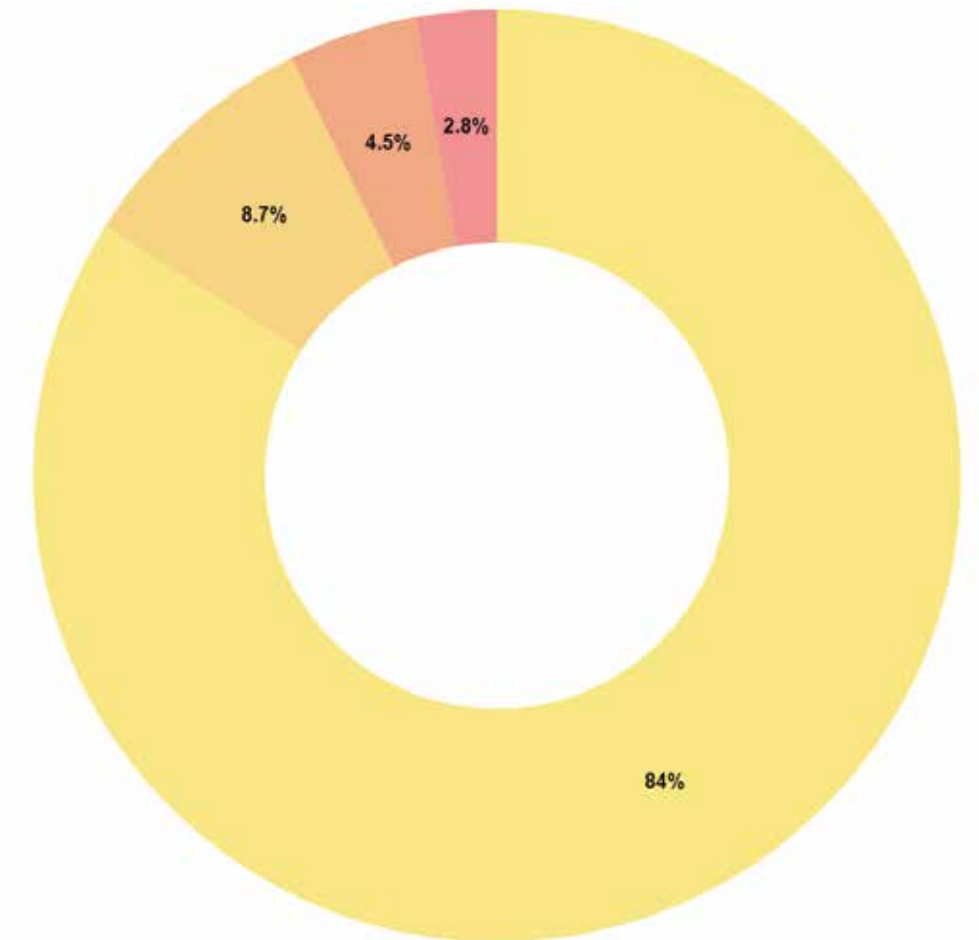


Horsens

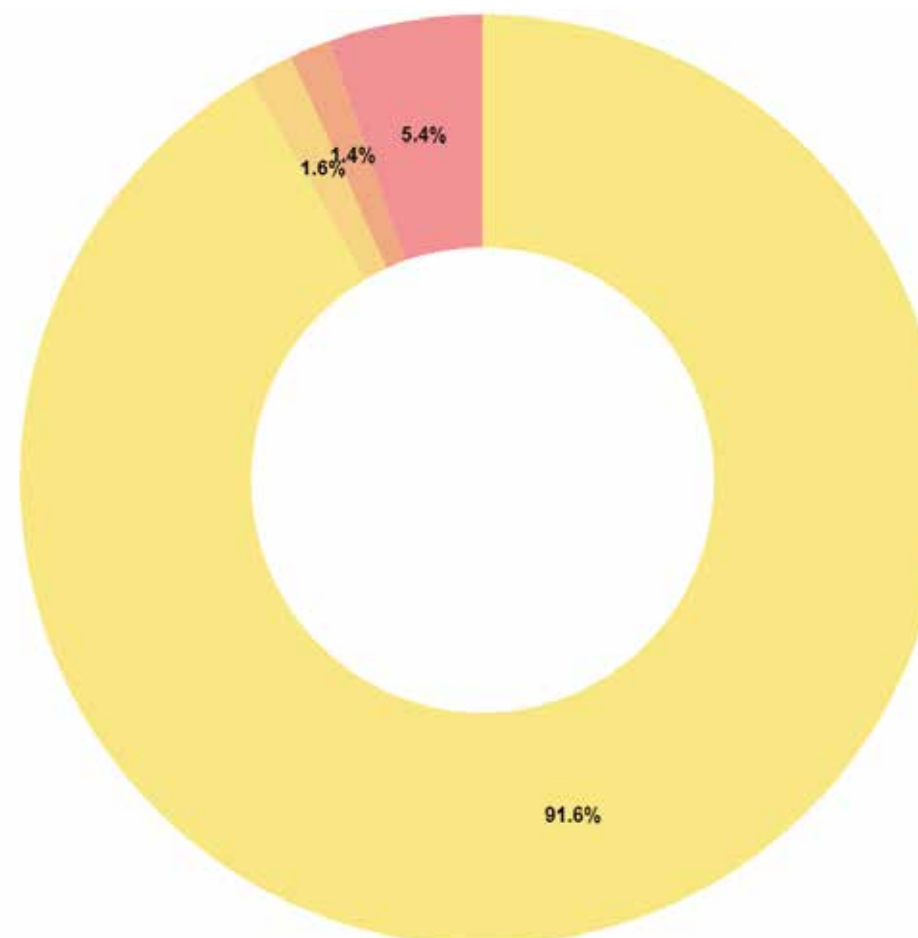
Maj 2020



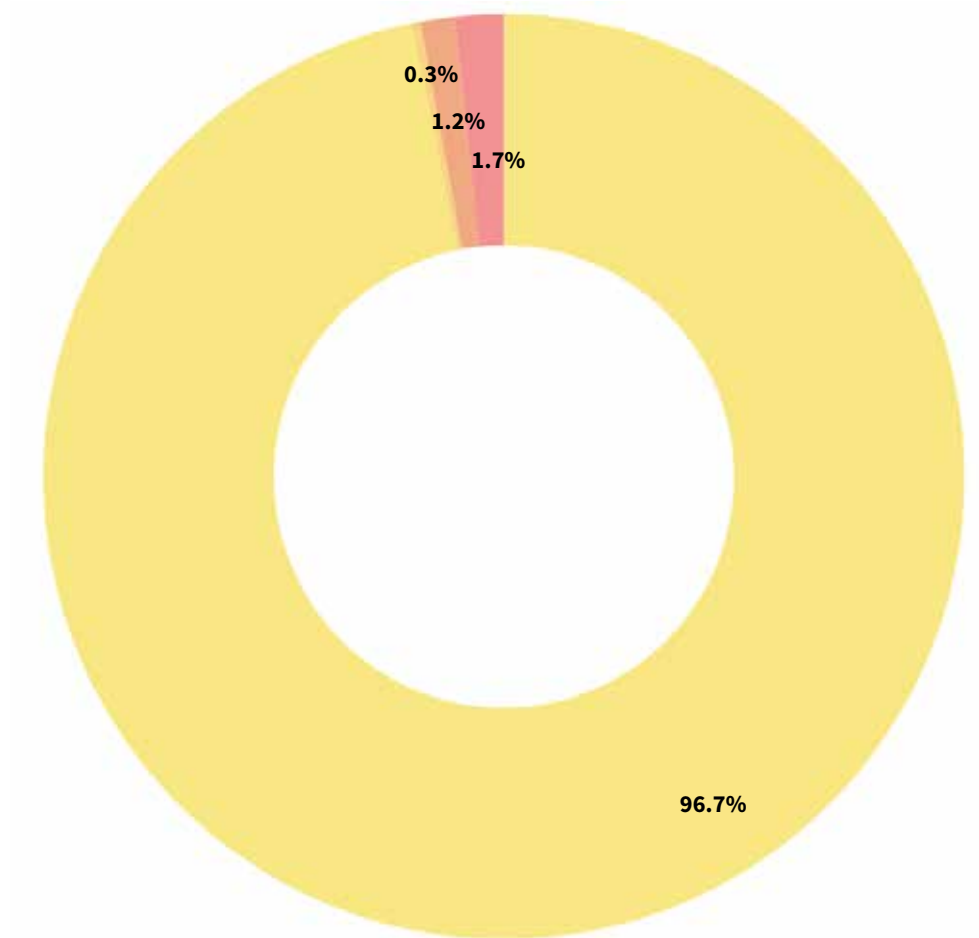
November 2020



Maj 2021

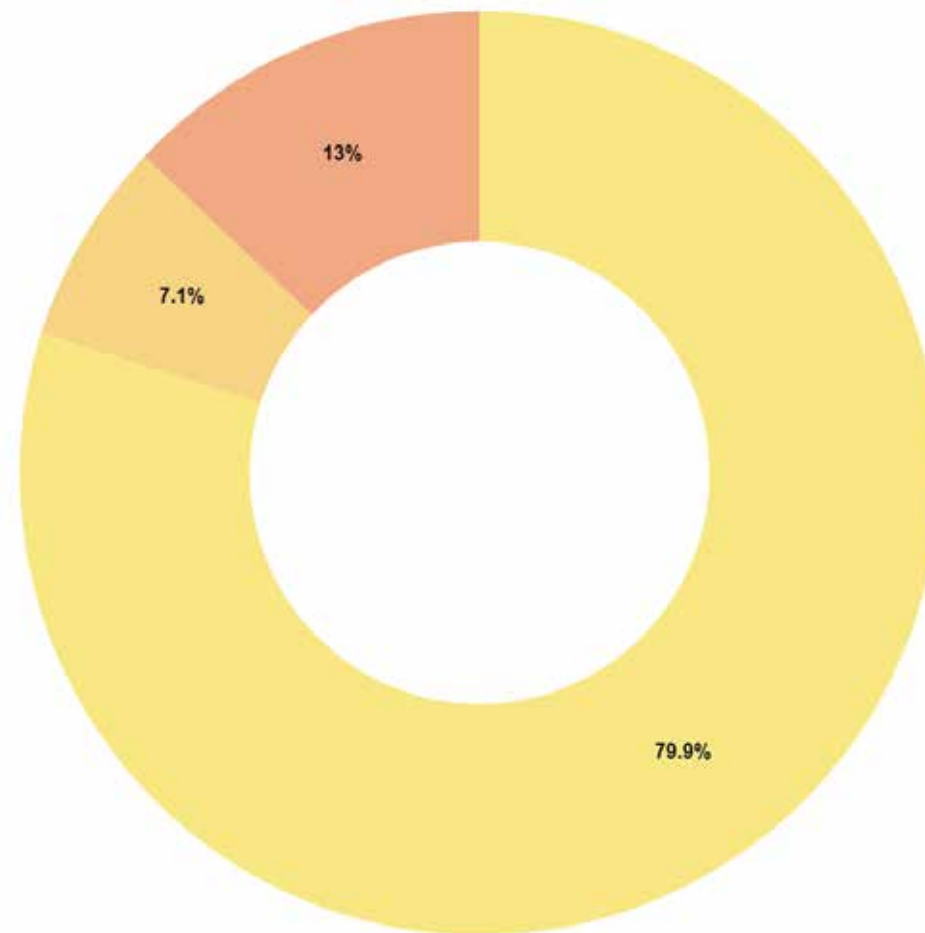


November 2021

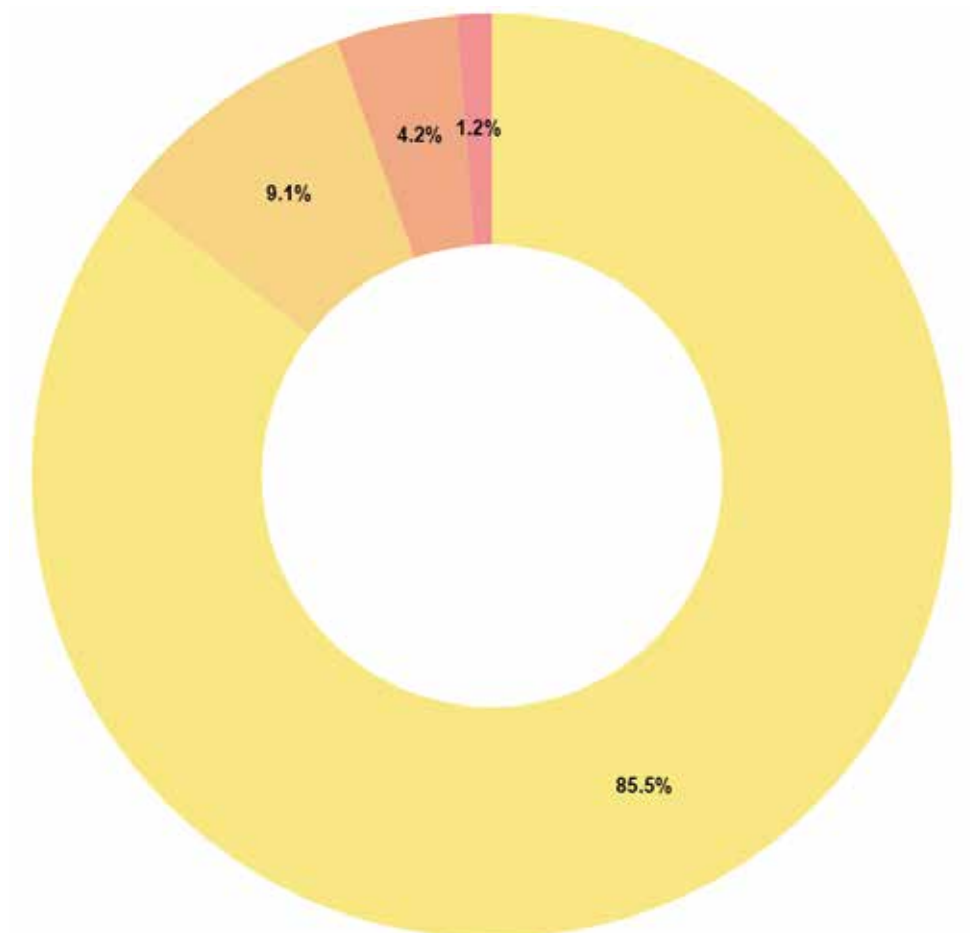


Nakskov

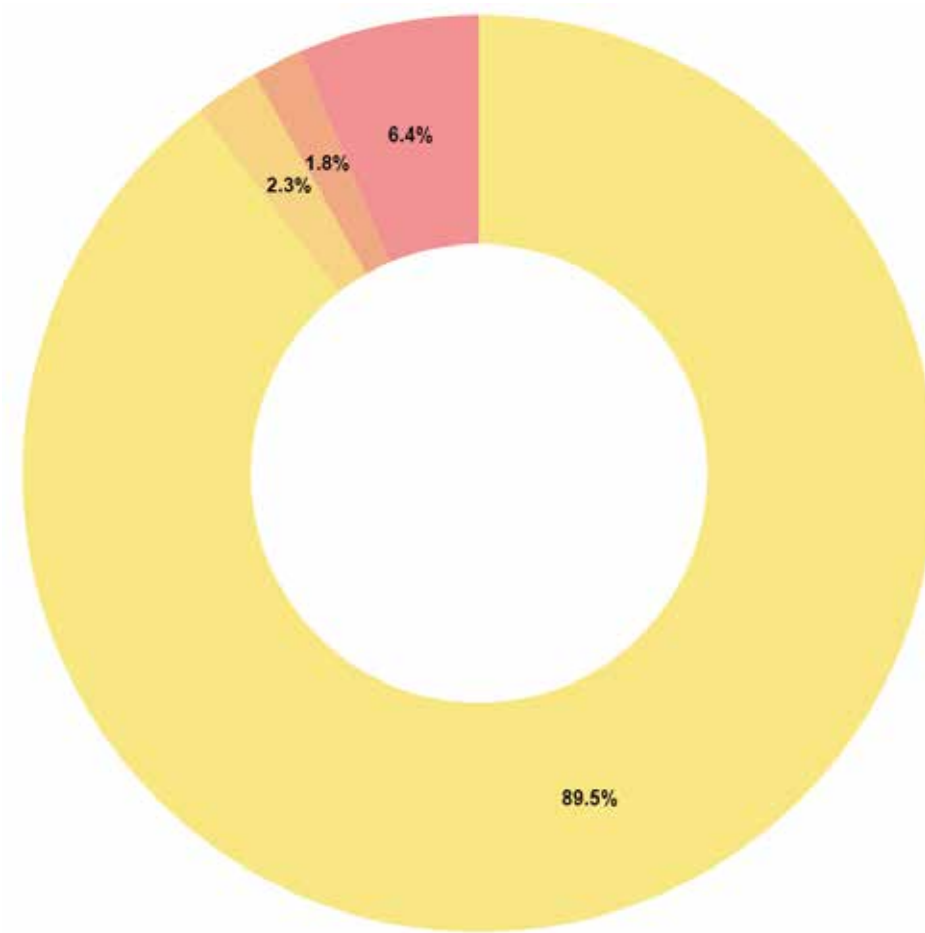
Maj 2020



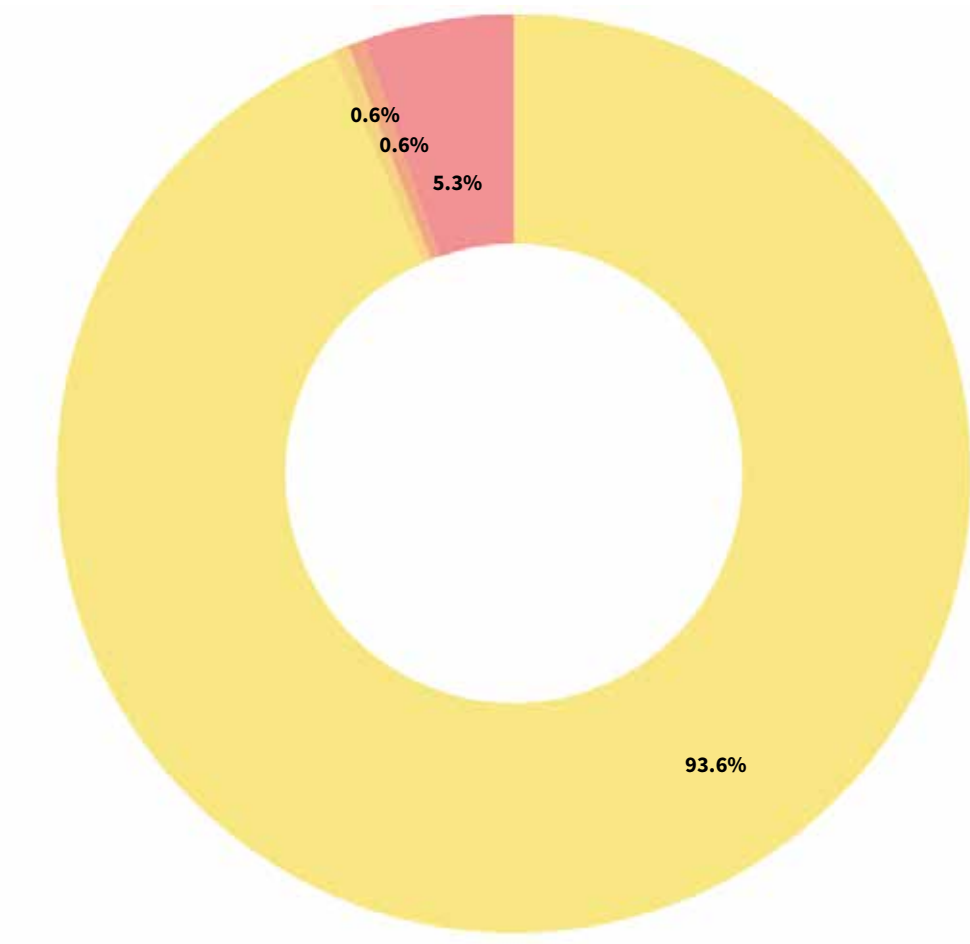
November 2020



Maj 2021

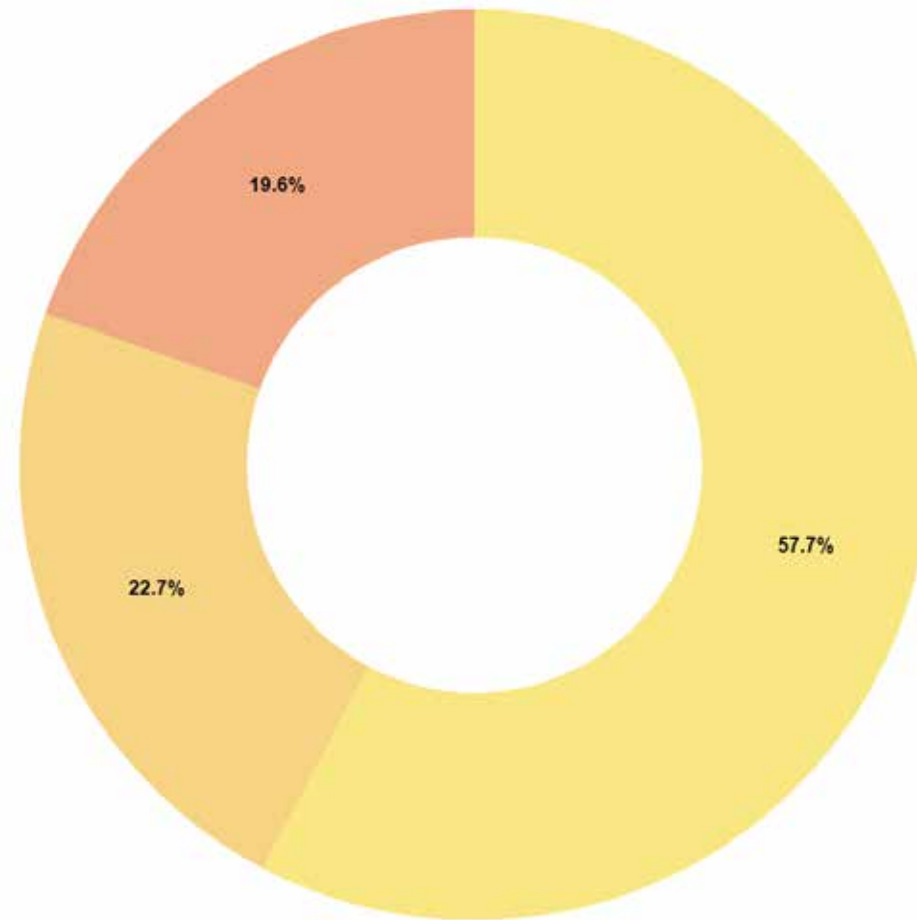


November 2021

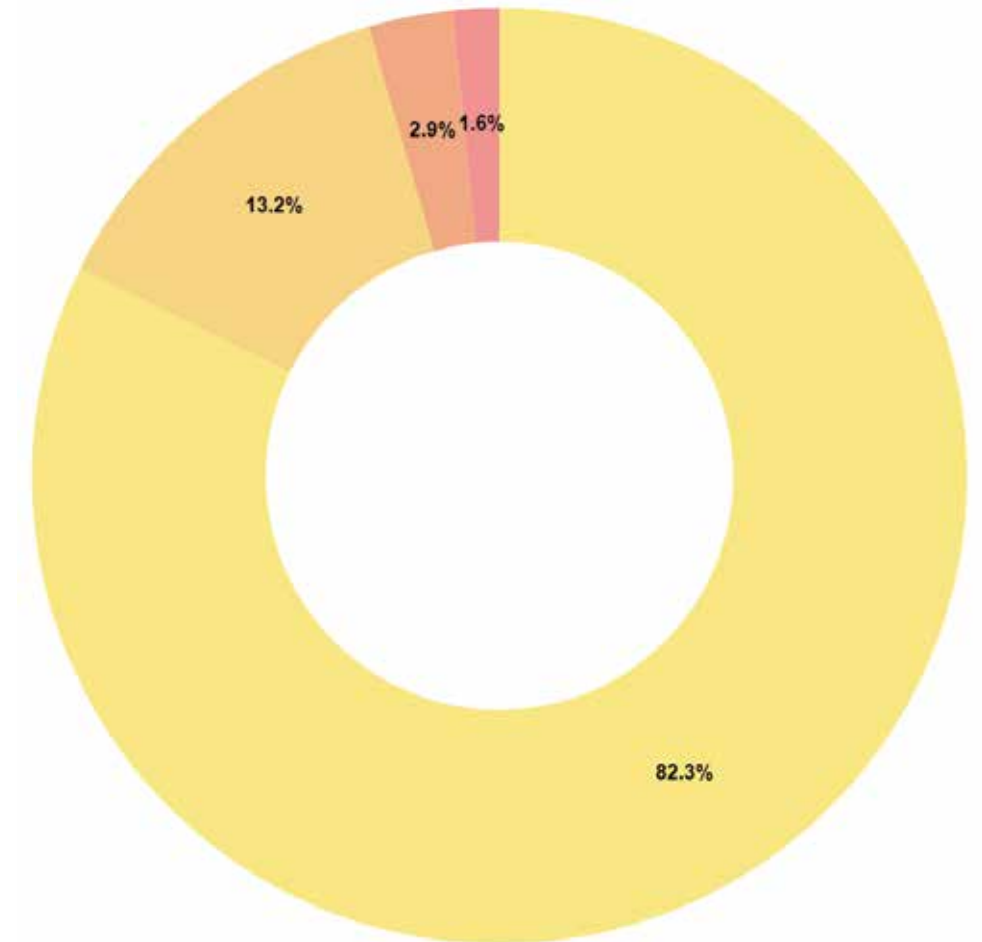


Randers

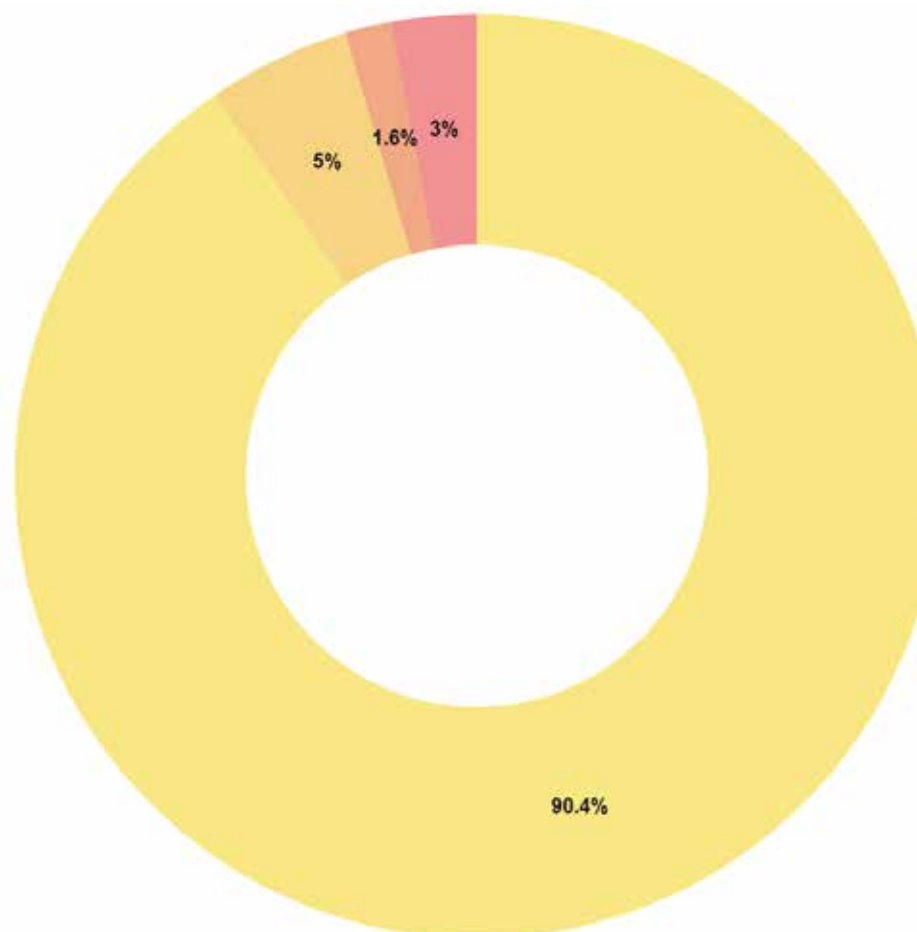
Maj 2020



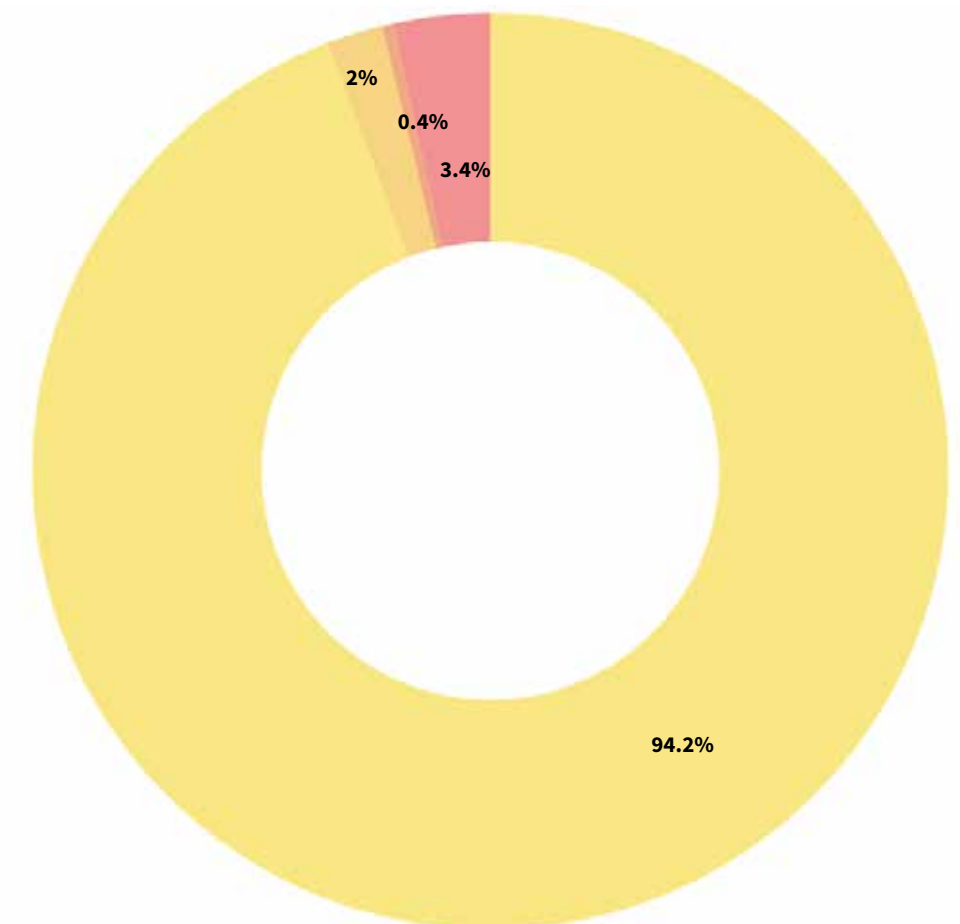
November 2020



Maj 2021

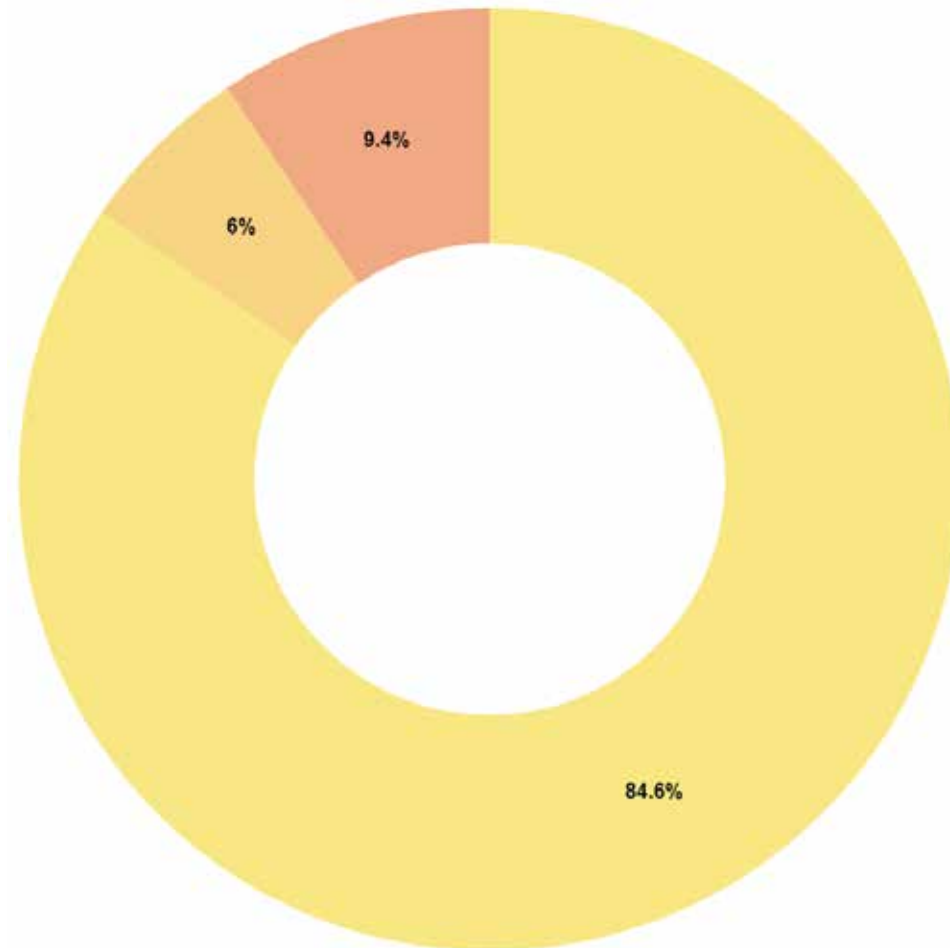


November 2021

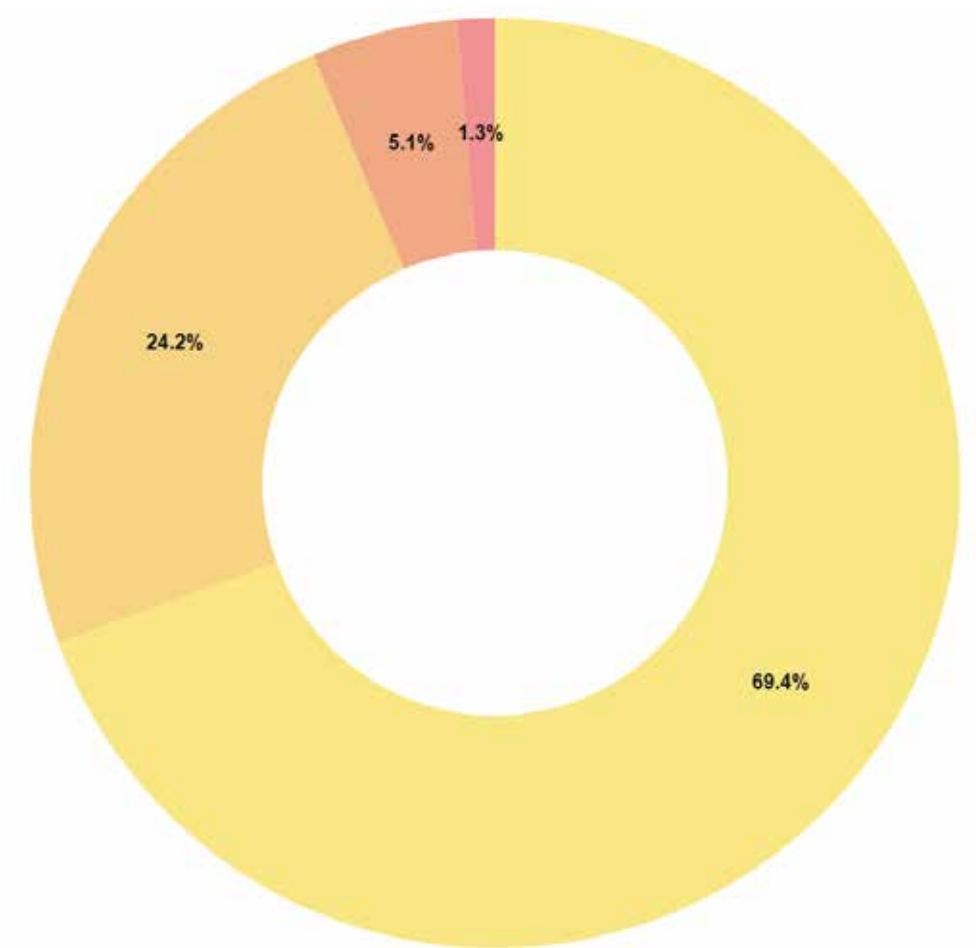


Rønne

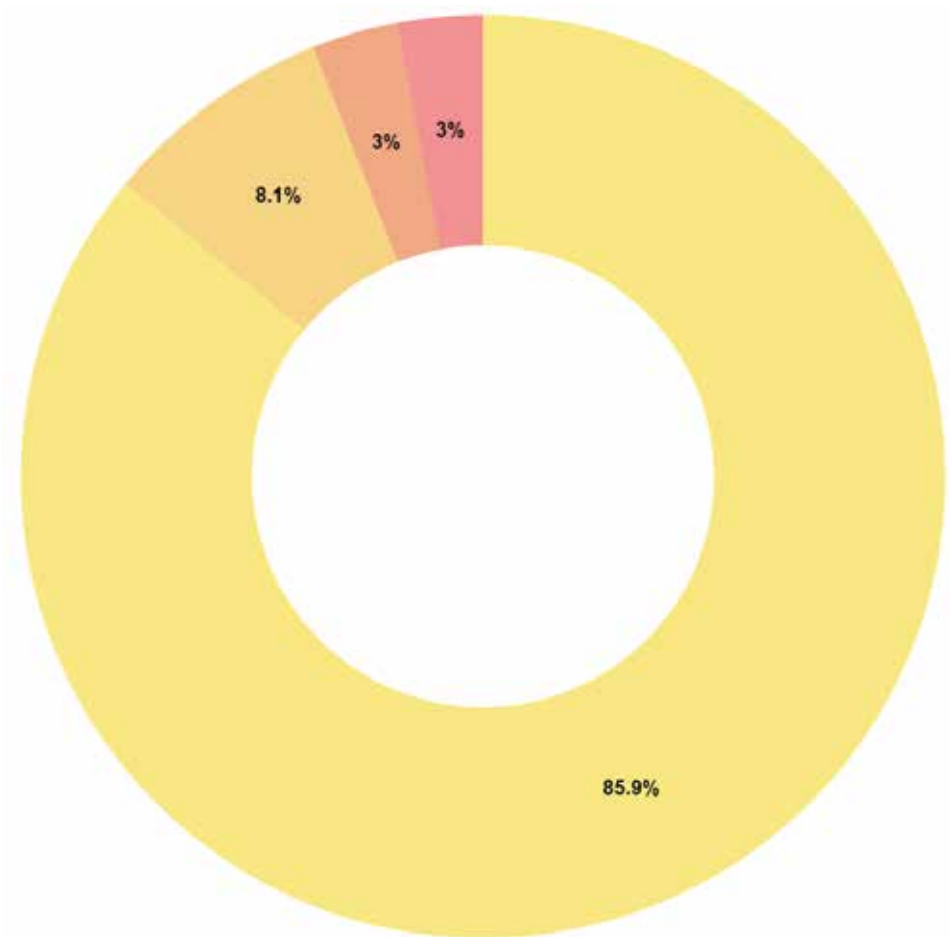
Maj 2020



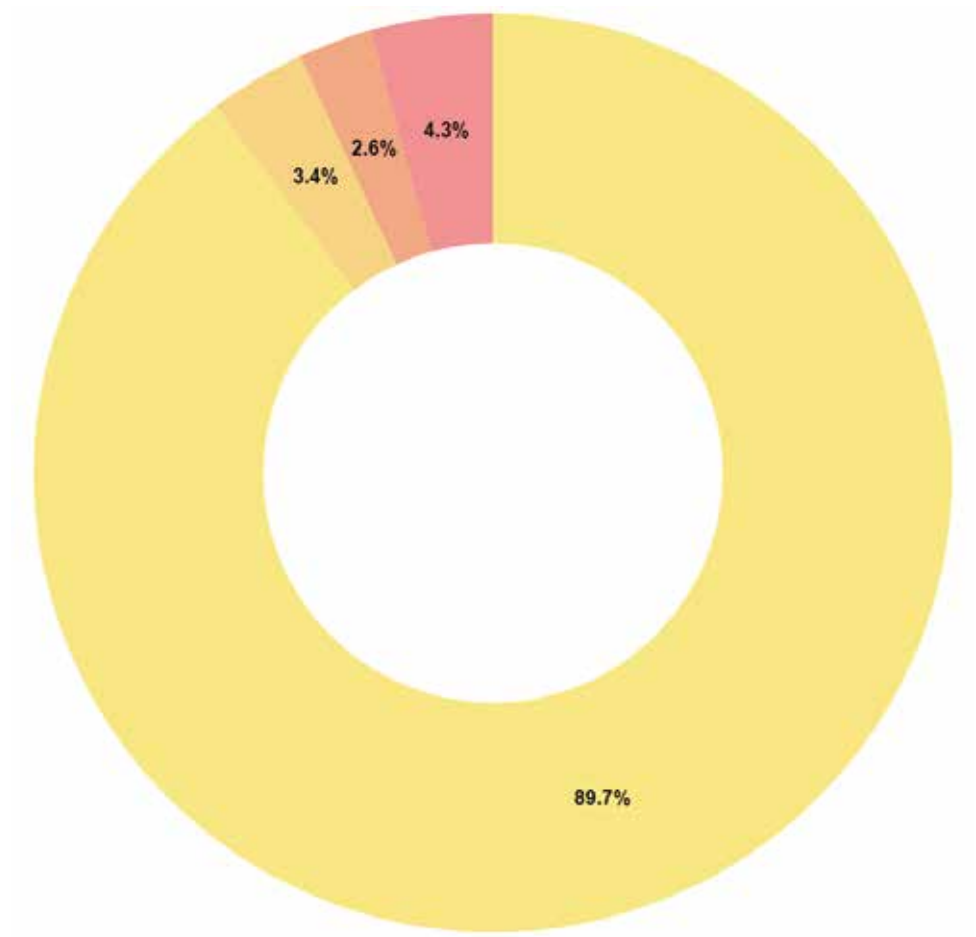
November 2020



Maj 2021

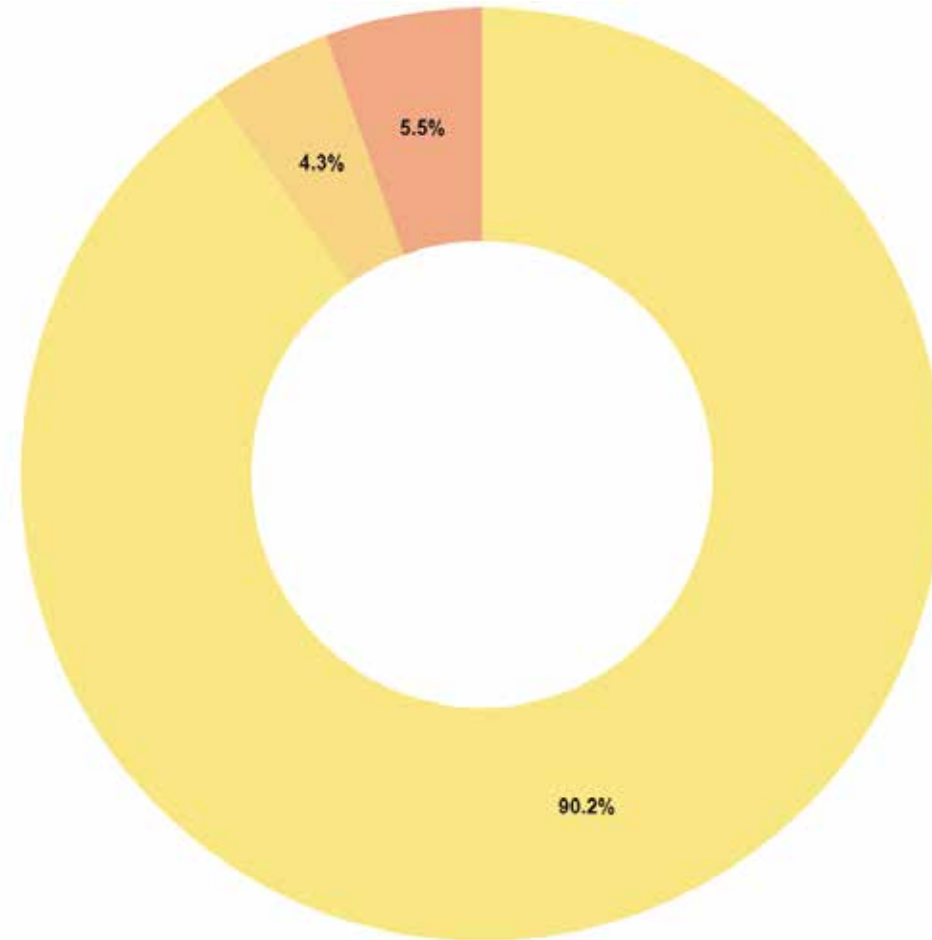


November 2021

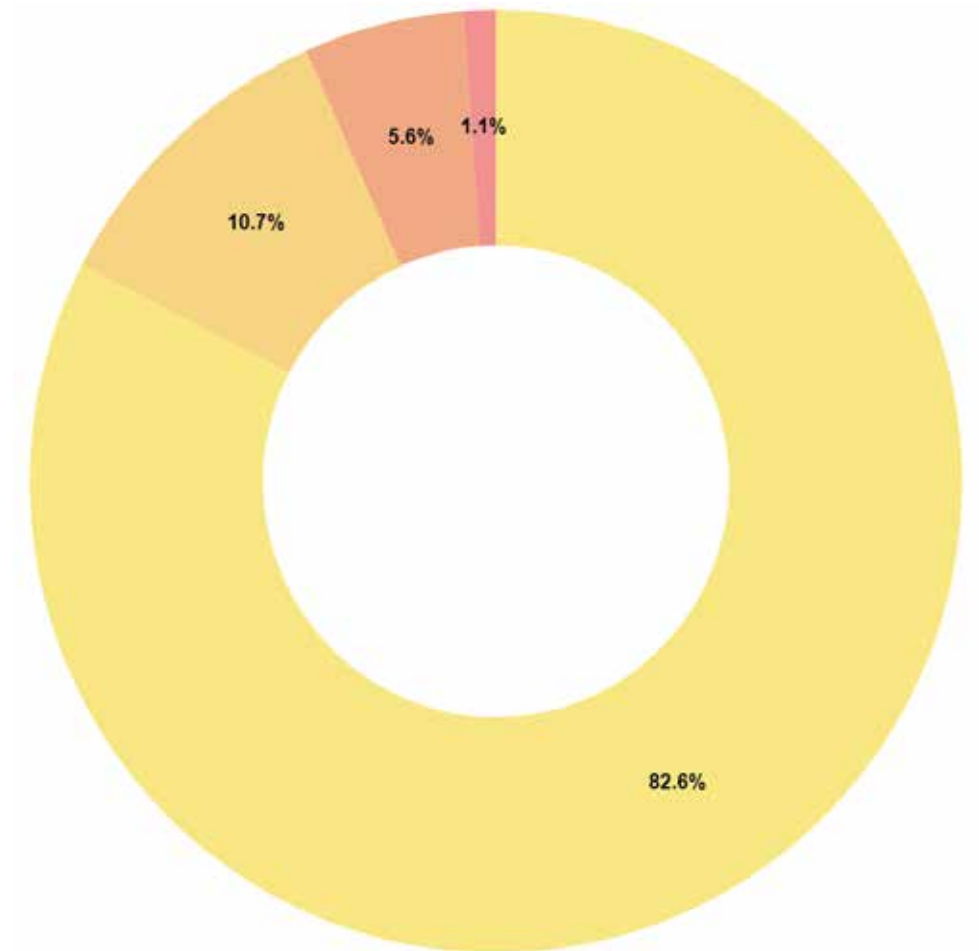


Svendborg

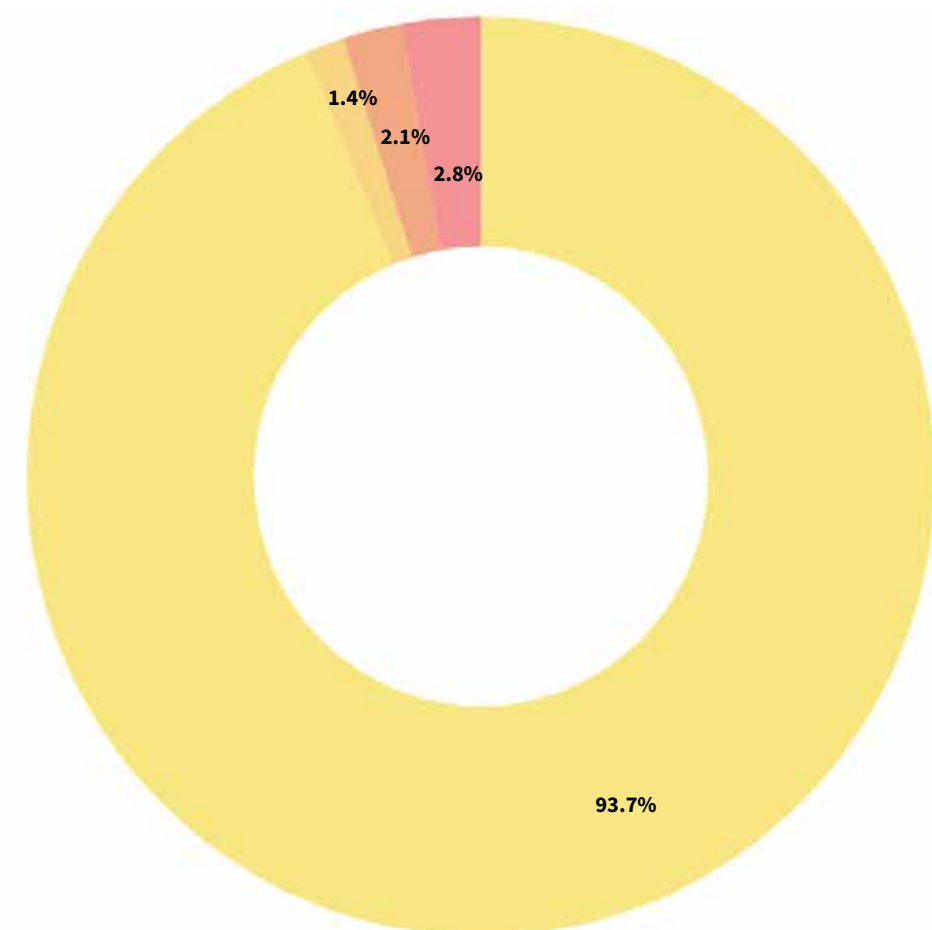
Maj 2020



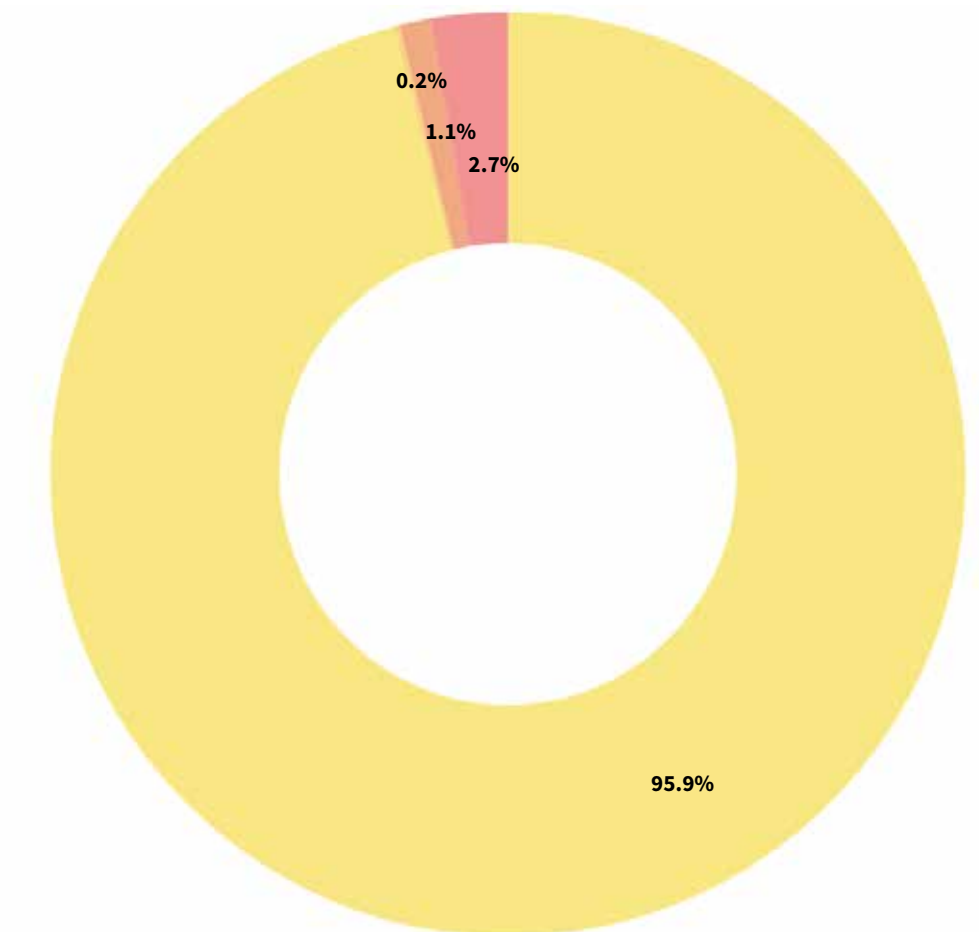
November 2020



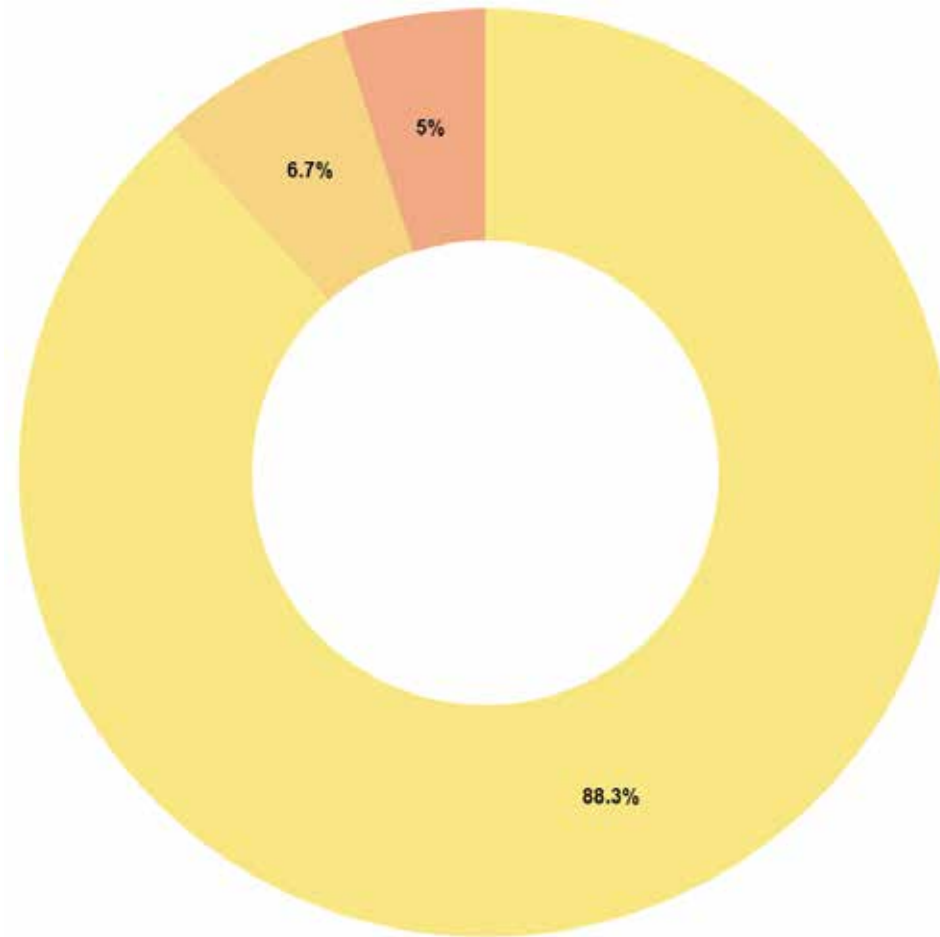
Maj 2021



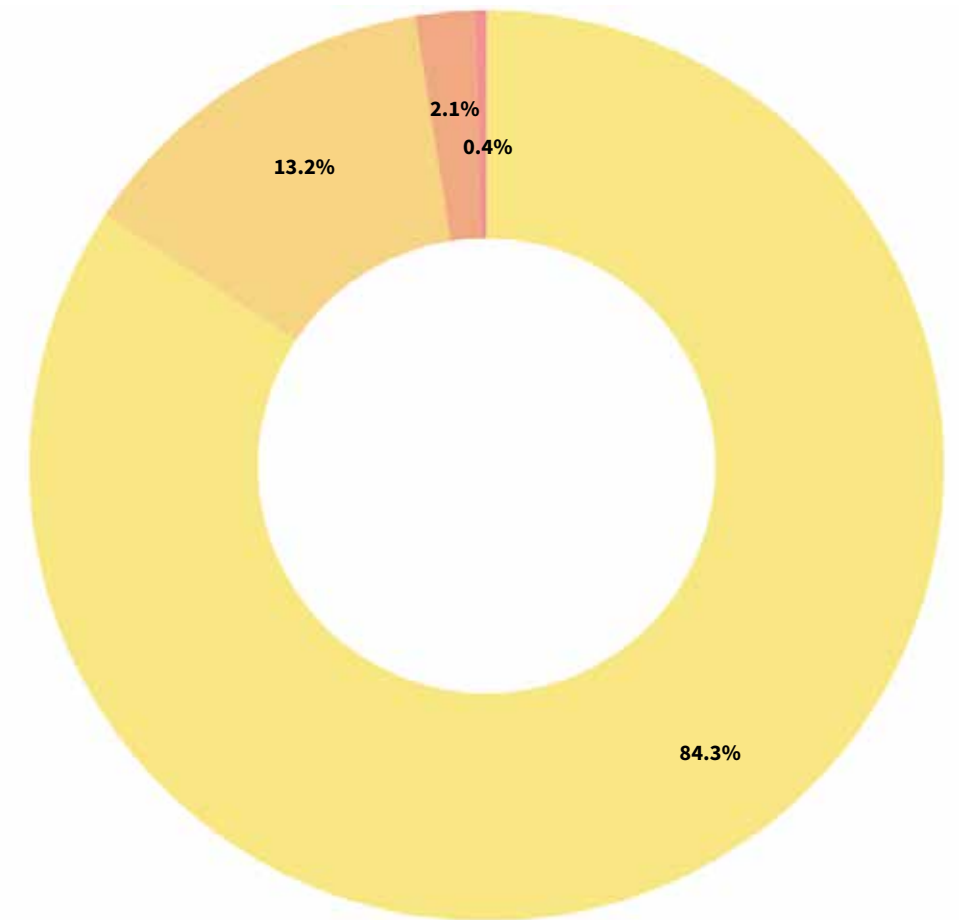
November 2021



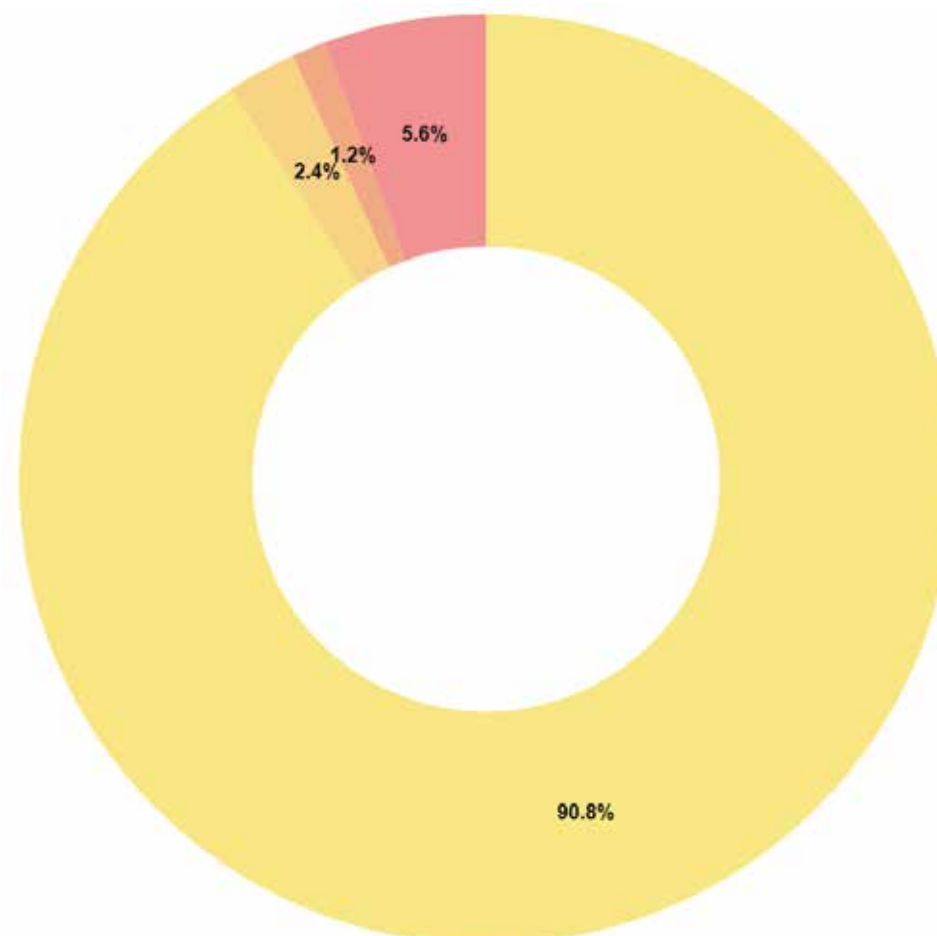
Maj 2020



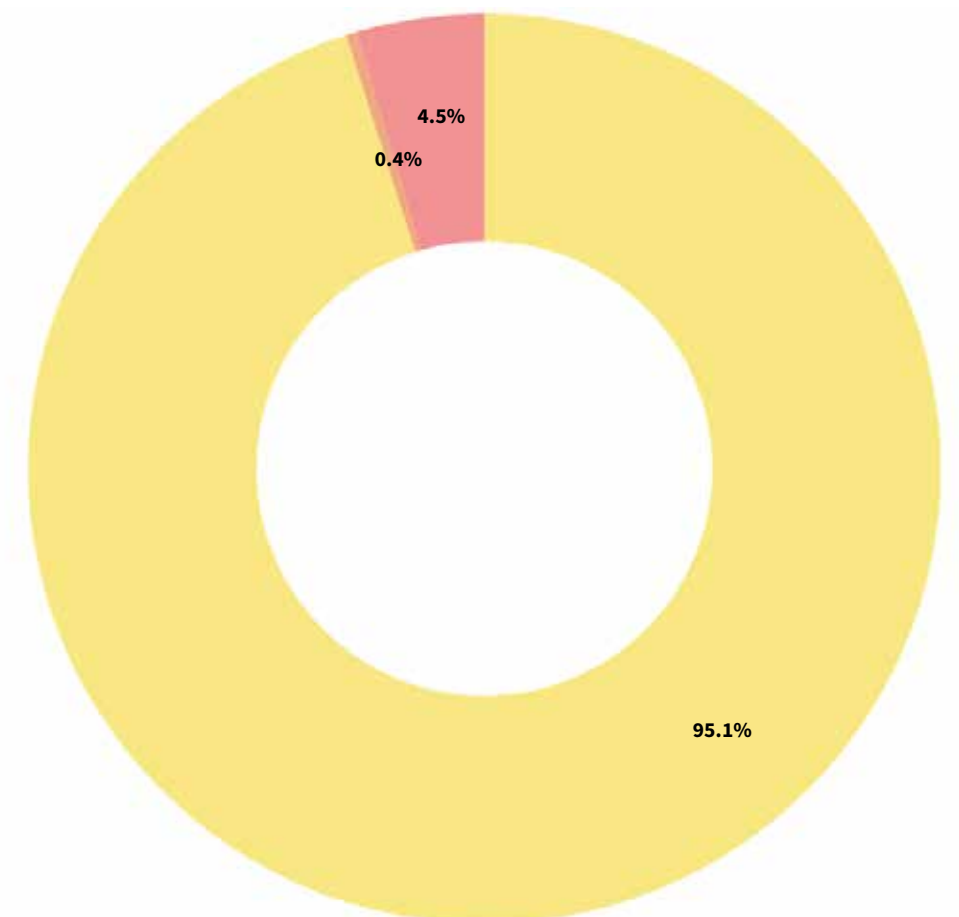
November 2020



Maj 2021

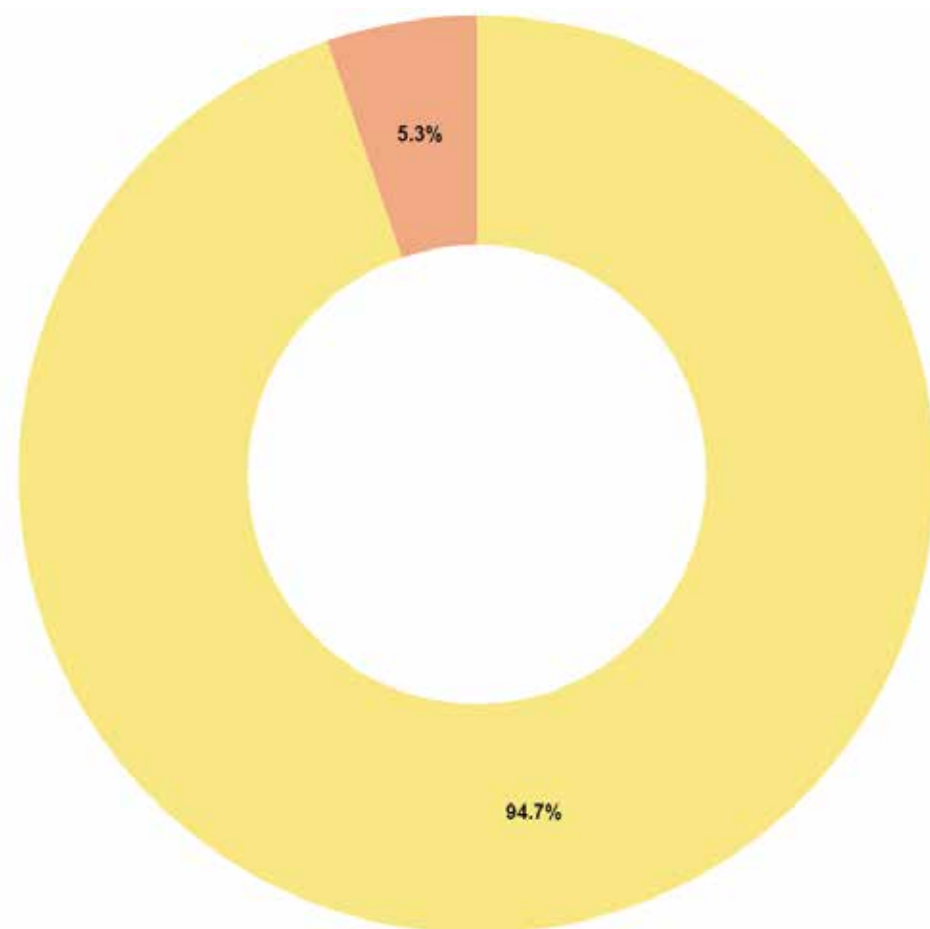


November 2021

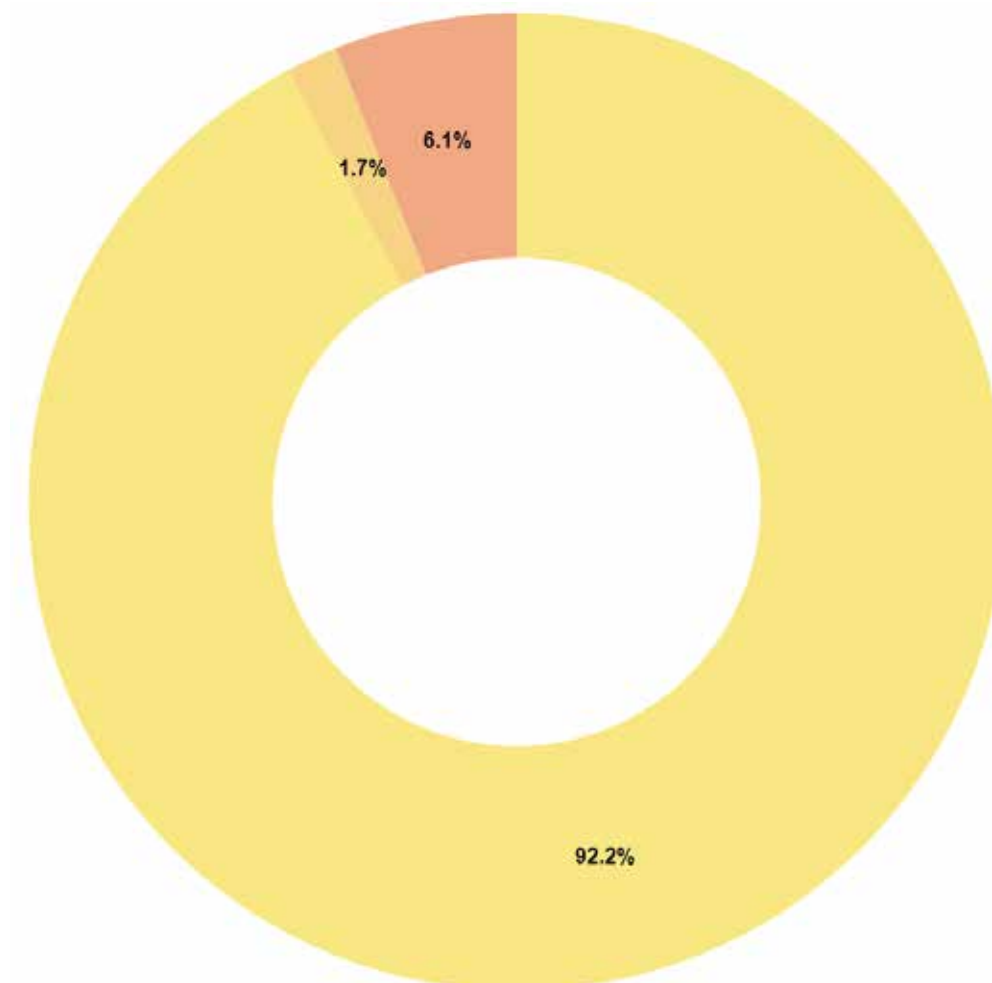


Vejen

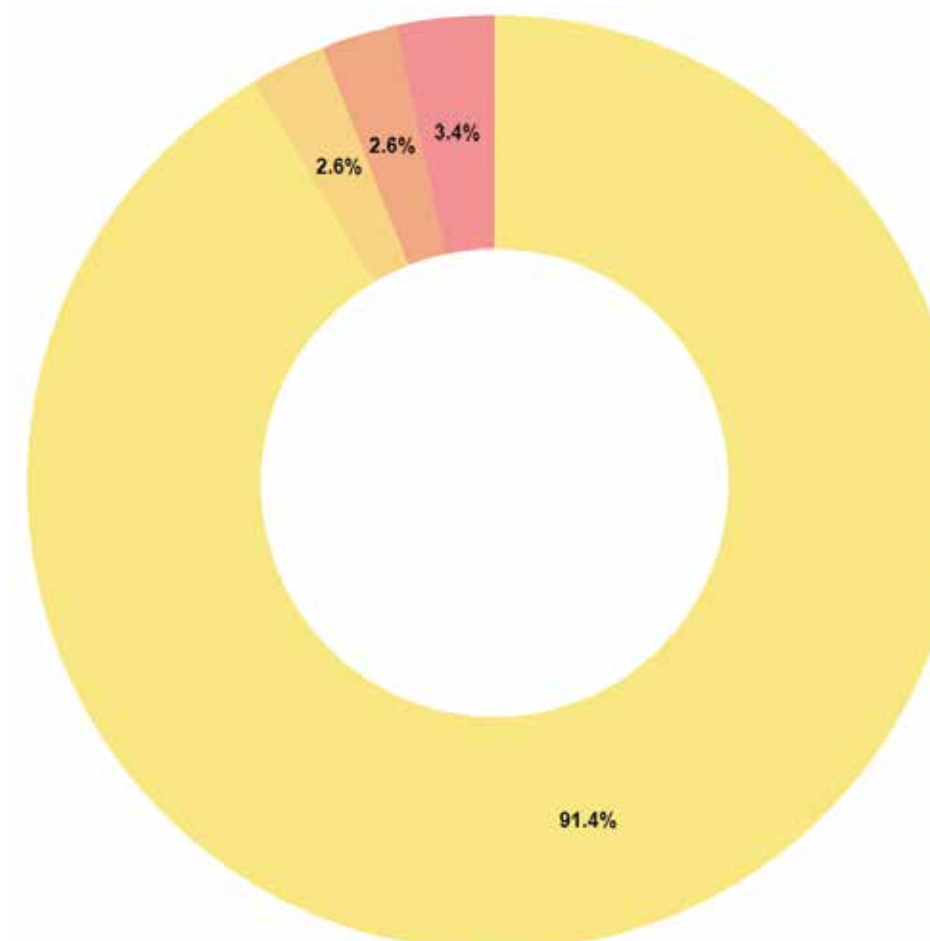
Maj 2020



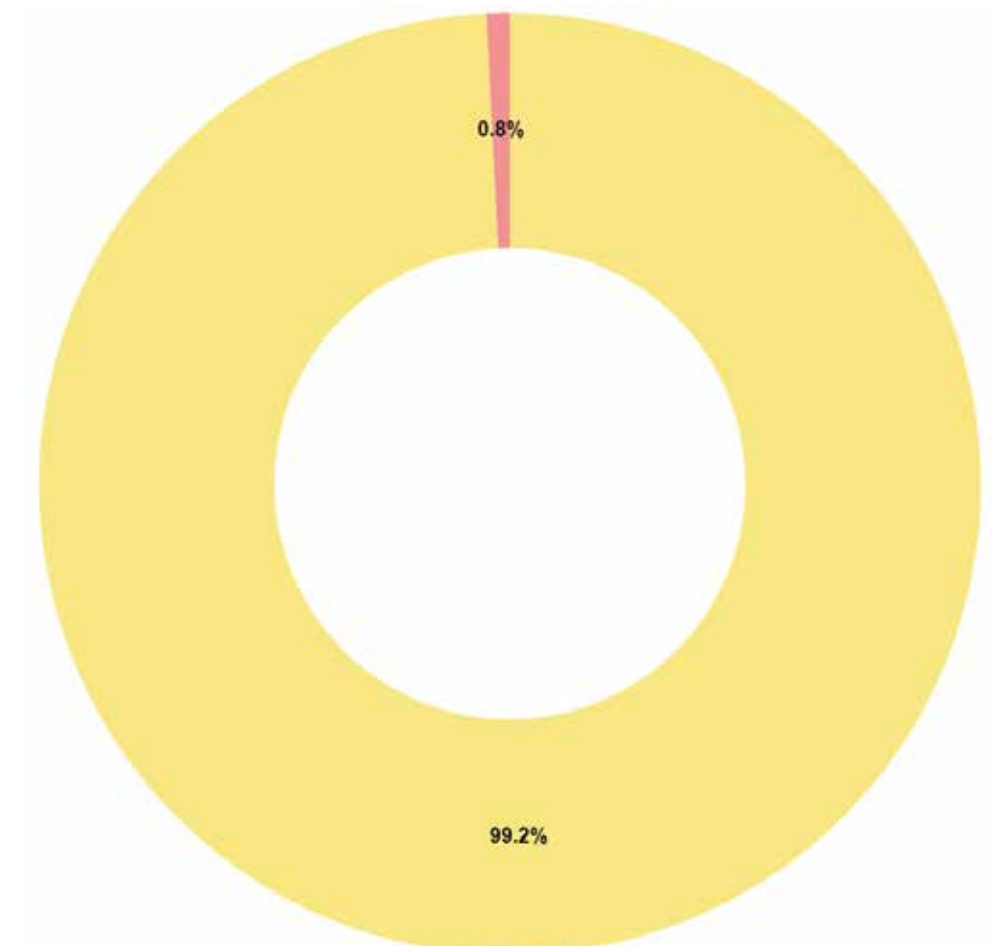
November 2020



Maj 2021



November 2021



Udvalgsvarerne har det svært

Både udvalgsvarer og skønhedsprodukter ser gennem det meste af undersøgelsesperioden ud til at være ramt noget hårdere af butikslukninger end andre brancher.

Der var i løbet af 2020 fortsat god optimisme i denne del af butikslivet. Ved indgangen til 2021 har tallene dog peget mod butikslukninger, og tendensen ser ud til at være fortsat henover efteråret. Sammen med dagligvarer var butikker indenfor beklædning, de eneste kategorier, hvor antallet af butikker var gået tilbage ved registreringen i november 2021, med et fald i antallet af butikker samlet hen over alle otte handelsbyer, på -0,5 %. Det skal sammenholdes med, at der i maj 2021 blev registreret et fald på næsten -2 % indenfor beklædning. Indenfor skønhed er der i november 2021 registreret en svag stigning, 0,5 %, af nye butikker, sammenholdt med et fald på knap 2 % i maj. Det kan konkluderes, at butiksstrukturen i handelsbyerne samlet set har fået færre butikker med udvalgsvarer og skønhedsprodukter gennem 2021, sammenholdt med før corona-krisen.

”

Vores vigtigste læring har været at gentænke måden, hvorpå man sikrer en levende bymidte. For måden, man gjorde det på for to år siden, er uddateret - man er tvunget til at se på nye løsninger og elementer, som kan bringe liv tilbage i byen. Fx har vi i Thisted indset, at der gerne må være store events i byen, som kan tiltrække et stort publikum. Men generelt ser vi hellere, at der laves flere små ting, kampagnevideoer og bruges ressourcer på at involvere medlemmerne i større grad, så medlemmer i sig selv bliver en ressource, som vi kan gøre endnu mere brug af.

*Handelschef Michael Vendelboe
Thisted Handels- & Industriforening*

”

Det er skabt meget sammenhold i det lokale handels- og erhvervsliv. Fx er handelsstandsforeningen vokset med 39 medlemmer, julebelysningen blev finansieret af otte lokale pengeinstitutter for at løfte udgiften væk fra de handelsdrivende, og der er skabt et tættere samarbejde mellem bymidtens handelsdrivende og Svendborg Storcenter. Der er gennemført mange indsatser for at styrke nethandelen - men samtidig har vi valgt at sende et åbent brev til Mette Frederiksen, hvor vi advarer mod udelukkende at opfordre danskerne til at handle på nettet.

*Eventchef Anja Haas
Svendborg Event*

Varer til hjemmet vinder

Enkelte butikstyper er tilsyneladende gået næsten helt fri af corona-krisen, og nogle er måske endda kommet forstærket ud af den.

Det gælder blandt andet kategorien boligudstyr. Møbler og produkter til hjemmet ser ud til at have været populære varer under hele krisen, og andelen af fysiske butikker med denne type varer er vokset. Kategorien dækker over ret forskelligartede butikstyper, både større møbelbutikker og små strøgbutikker med mindre varer indenfor boligudstyr. Billedet pegede på en stor andel af nye butikker, samlet godt 4 % flere ved registreringen i maj 2021, og tendensen er fortsat- i november 2021 var der næsten 3 % flere butikker indenfor boligudstyr, end i foråret. Den samme tydeligt positive tendens ses for såkaldte pladskrævende varer, som blandt andet dækker over store møbelbutikker og byggemarkeder, dog er åbnings- og lukningsfrekvensen for disse store butikker knap så høj.

Tidligere meldinger fra byernes handelsstandsfolk understøtter tendensen. Særligt byggemarkeder og havecentre, men også andre butikker med "hobby" produkter som eksempelvis computer/teknik og sport/outdoor har haft stor succes i 2020 og ligger med meget høje omsætnings-index. Det kan konkluderes, at butikker, der sælger varer til hjemmet, er kommet til at fylde mere i handelsbyernes butiksstruktur i løbet af corona-krisen.

Dagligvarer har tilsyneladende i nogen grad været påvirket af corona-krisen. Samlet er antallet af butikker faldet en anelse, -0,6 %, ved registreringen i november 2021, ligesom antallet også var faldet ved registreringen i maj. Kategorien dækker over flere typer butikker med dagligvarer, der gennem corona-krisen har haft vidt forskellige udfordringer.

Der er stort set ikke registeret lukninger (men enkelte flytninger) for supermarkeder eller købmænd i nogen af de otte byer. De almindelige dagligvarebutikker har haft det strålende, og mange lokale meldinger går fortsat på travlhed og god omsætning.

Nichebutikker med specialprodukter indenfor fødevarer, som ofte findes side om side med andre strøgbutikker i gågaderne, som for eksempel vin/spiritus, chokolade eller ost, har ligeledes haft en højere omsætning end normalt. Ifølge handelscheferne kan det have stor sammenhæng med de delvise nedlukninger af spisesteder, samt at folk stadig har ønsket at spise godt og luksuriøst, selvom de ikke har kunne tage på restaurant. Kiosker og småkøbmænd har i nogen grad været påvirket af driftsudfordringer og lukninger hen over corona-året, og selv om en højere frekvens af åbninger og lukninger ikke er videre unormal for denne type af butikker, kan det tyde på, at den samlede mængde af kiosker og småkøbmænd er under pres i handelsbyerne.

”

Det er blevet synligt og mere tydeligt, hvor stor betydning bymidten, byliv og butikker har. Som en sagde til mig "Da jeg gik ned ad gaden under nedlukning og så alle de mørke butiksvinduer og restauranter, slog det mig, hvor kedelig byen ville være uden."

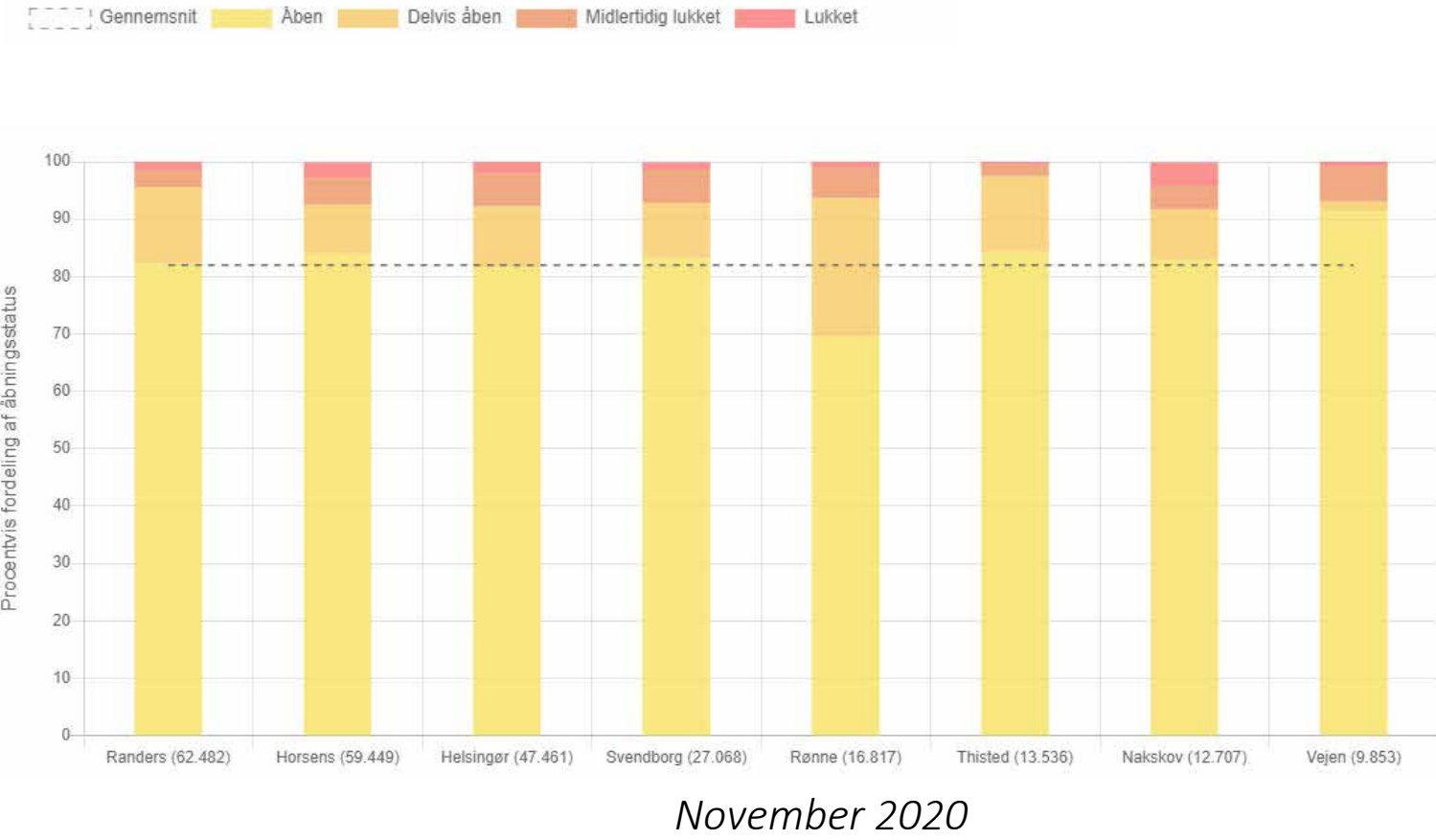
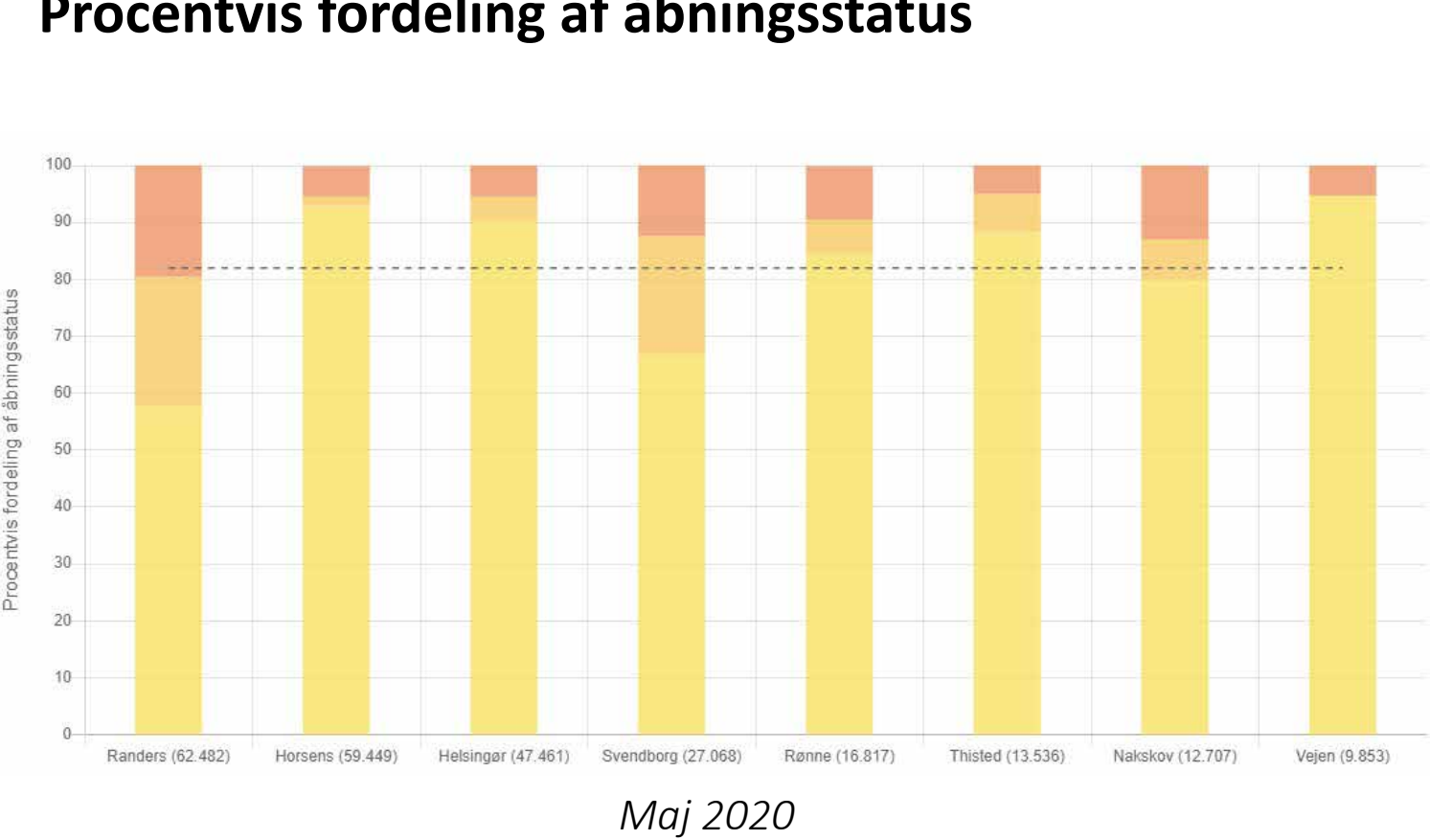
*Eventchef Anja Haas
Svendborg Event*

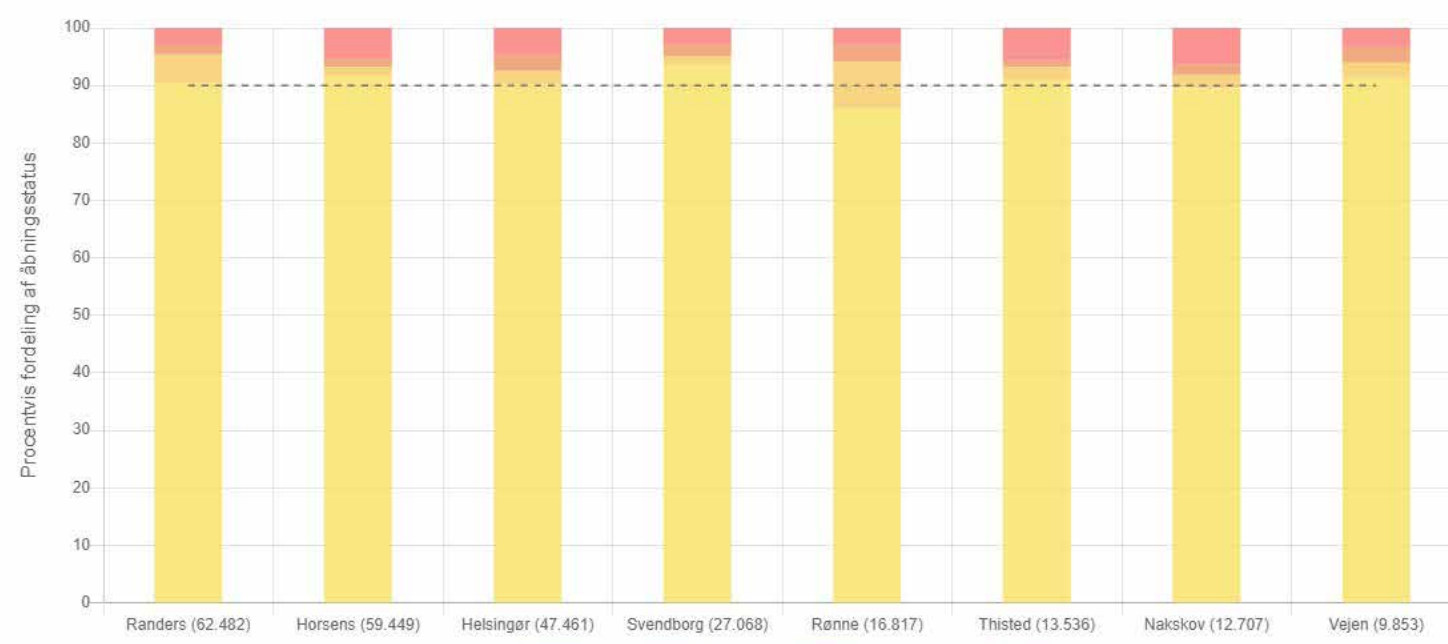


Byens geografi spiller ind

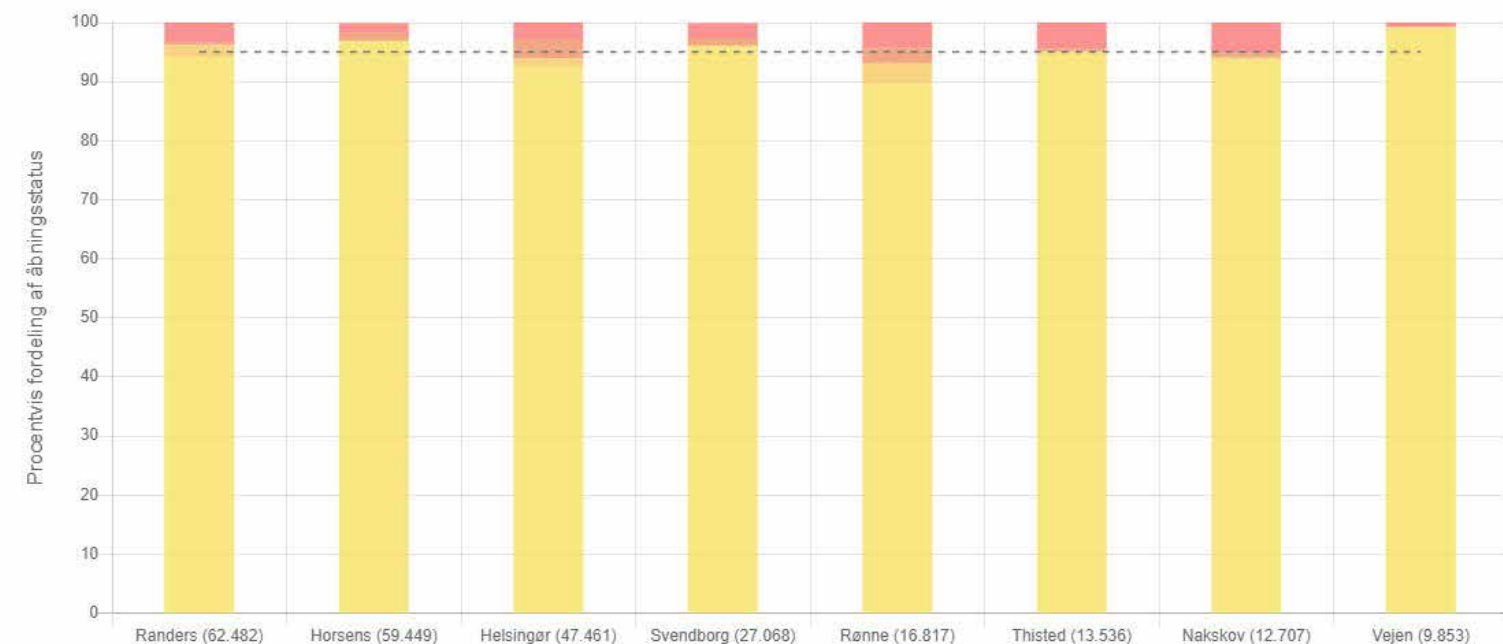
Ud over en stigende efterspørgsel på dagligvarer og indretning af boligen tyder ovenstående på, at butikkernes fysiske placering har haft en betydning for handlen. De typer af butikker, der typisk er placeret i egne lokaler i kanten af byen, hvor der er god plads og tilgængelighed i bil – ”big box” butikkerne – ser generelt ud til at være kommet næsten upåvirkede igennem corona-krisen frem mod november. Modsætningen er de centrale byrum, hvor en stor andel af besøgende på blandt andet spisestederne er faldet bort samt butikscentrene, som har været væsentligt ramt af restriktioner undervejs. Her er de mange små specialbutikker noget mere påvirkede.

Procentvis fordeling af åbningsstatus



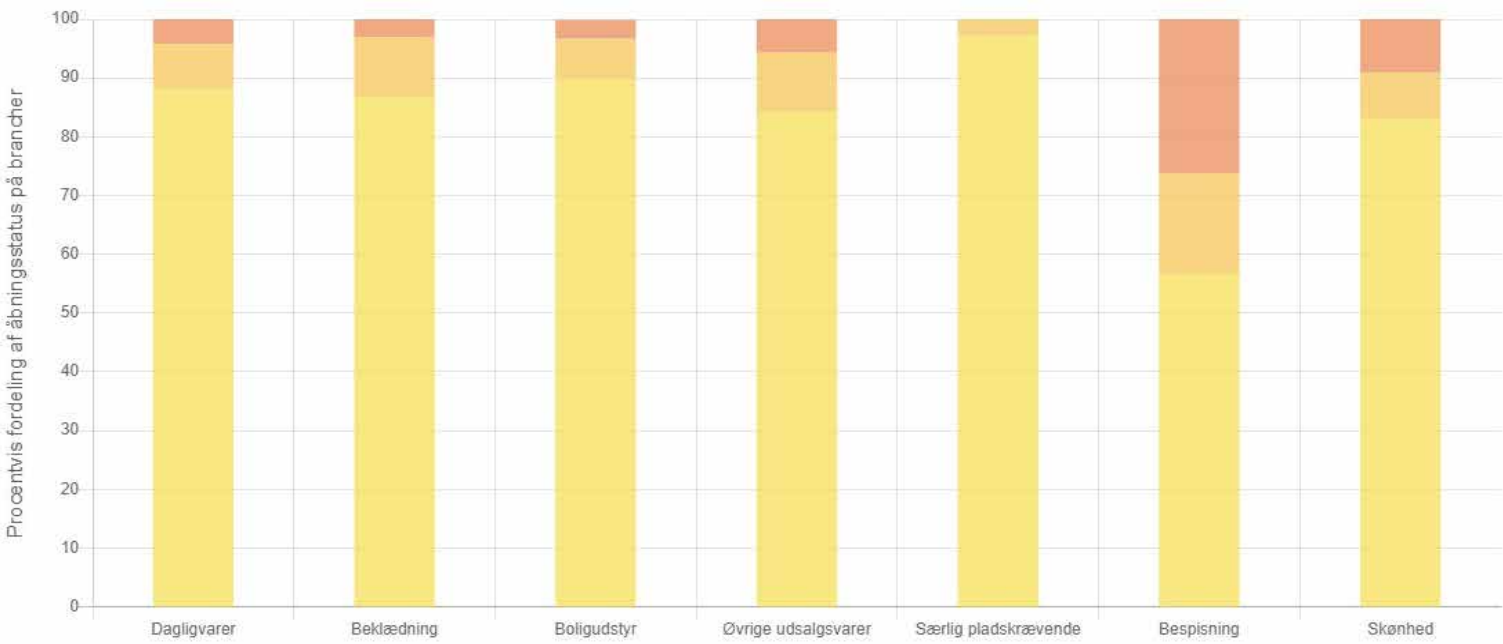


Maj 2021

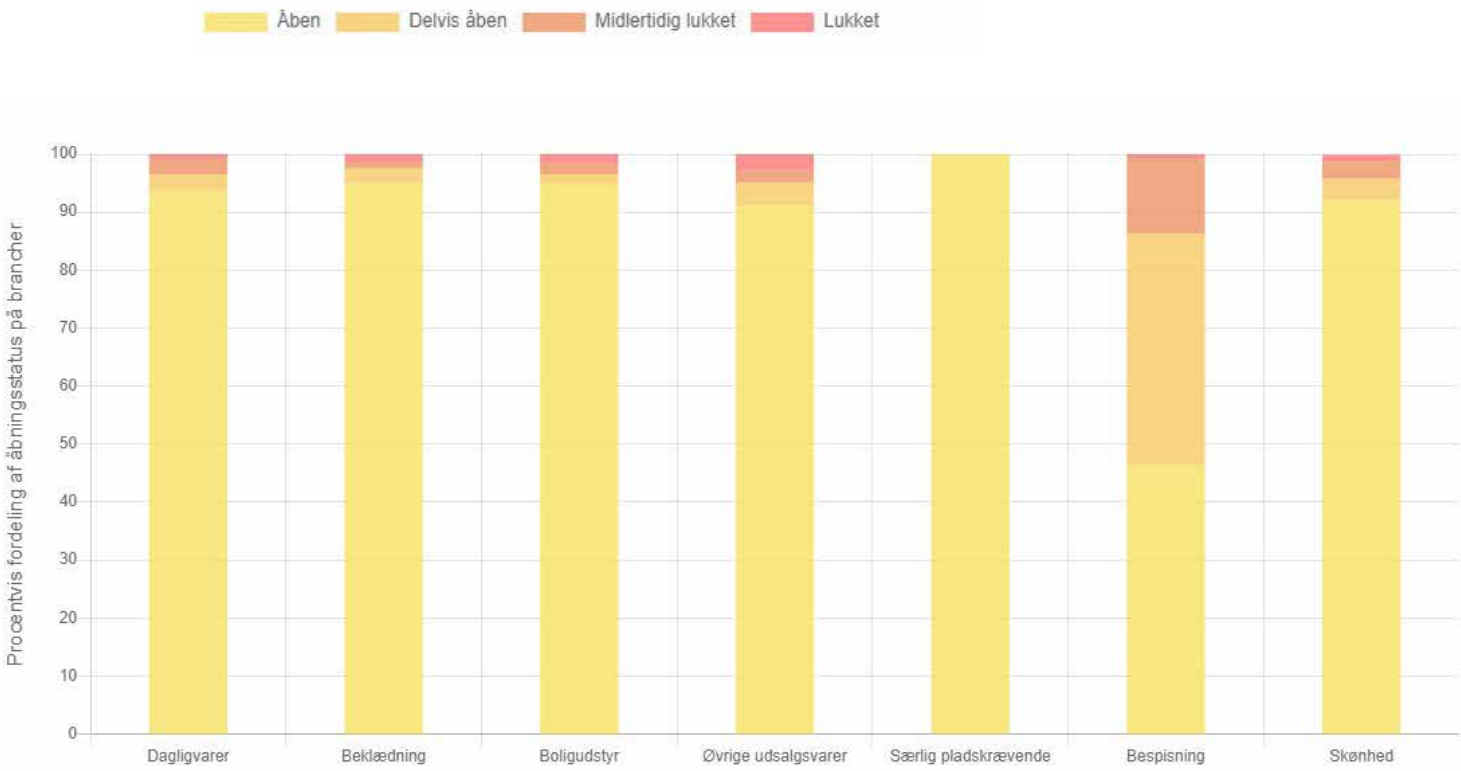


November 2021

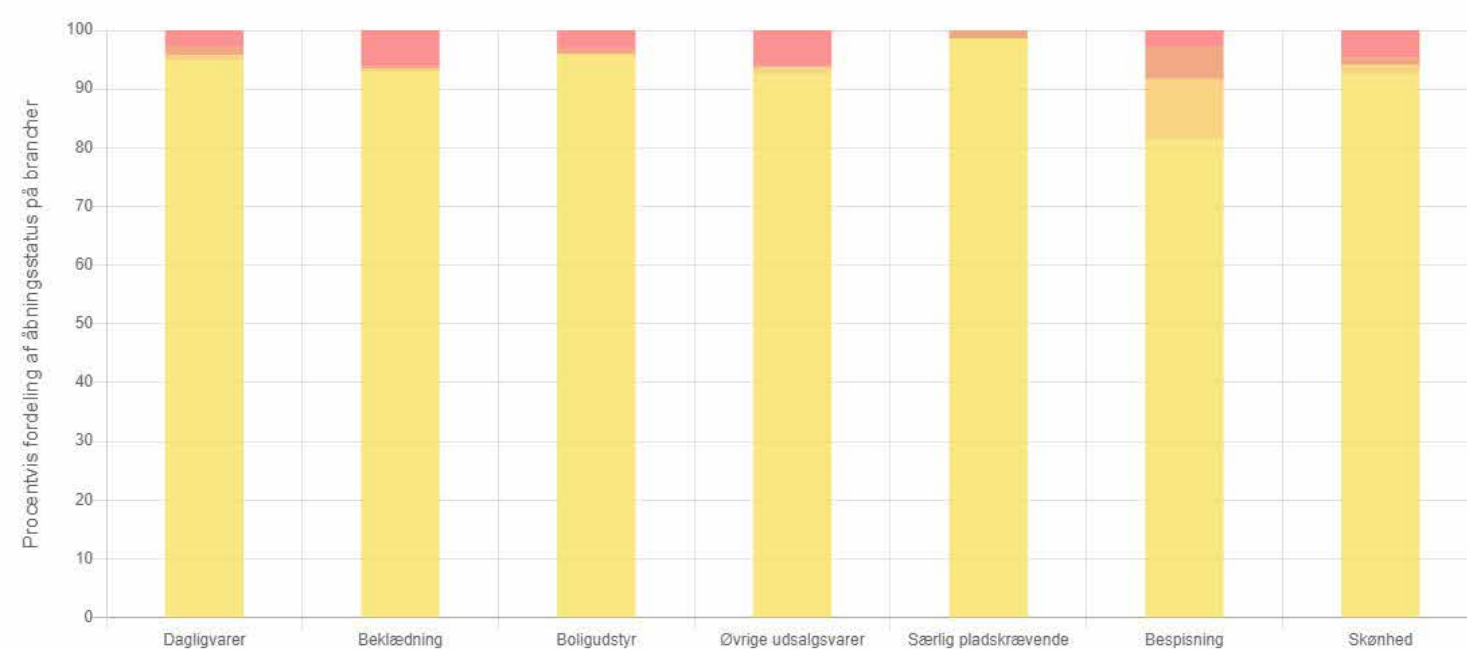
Procentvis fordeling af åbningsstatus på brancher



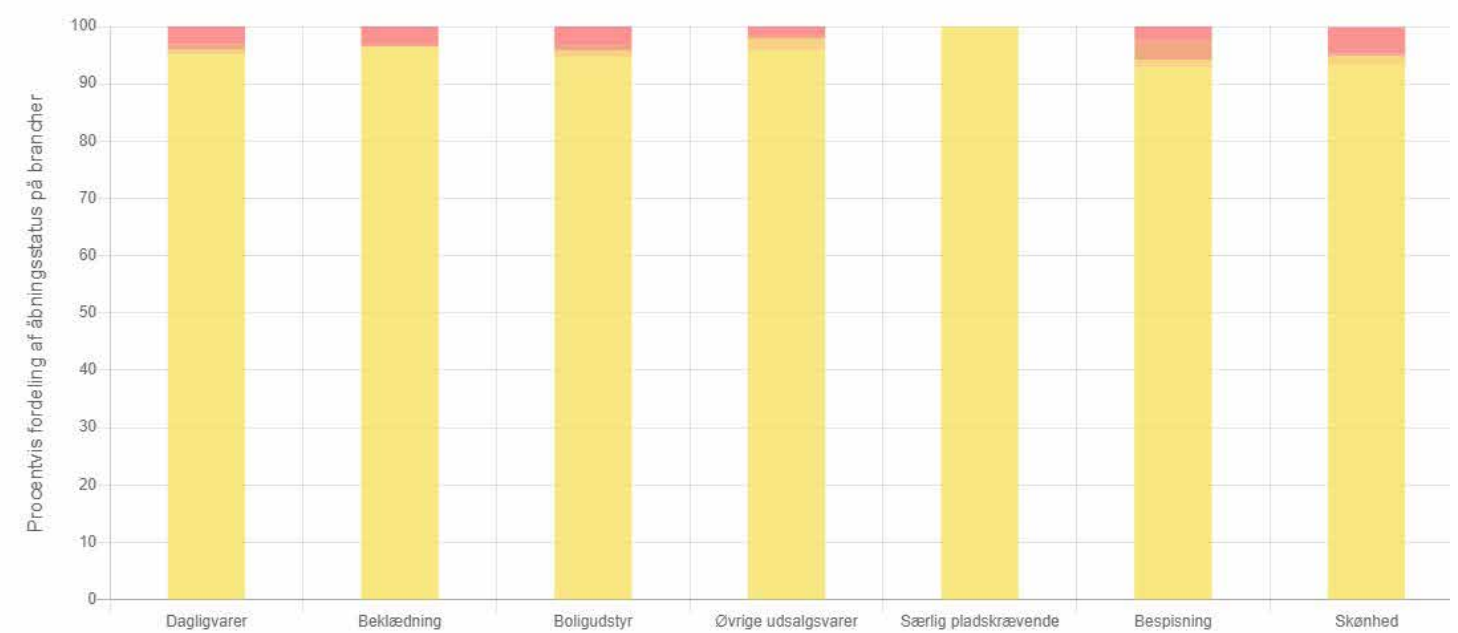
Maj 2020



November 2020



Maj 2021



November 2021

Lille og hurtig

Særligt i løbet af det første år af coronakrisen, fra foråret 2020 og henover sommeren og efteråret, var handelsbyerne præget af en lang række nytænkende initiativer. Markedsføringen af det lokale handelsliv er blevet intensiveret gennem corona-krisen, og en række nye, anderledes kampagner har gjort deres for at understøtte oplevelser og lokal handel.

Interviews med byernes handelstandsfolk, fra både maj og november, peger på et klart mønster i forhold til initiativrige tiltag i den indledende del af corona-krisen. Byer med ansatte til at understøtte handelslivet (citychefer mm) fik igangsat klart flere tiltag under krisen, end byer uden ansatte (professionelle) til at varetage byens generelle handelsliv. Uden særligt ansatte til dette, har initiativer til at tackle de mange uventede udfordringer i den indledende del af krisen (nye regler, støtteordninger, kundeinformation, praktiske løsninger osv.) været overladt til de halvprofessionelle, frivillige handelstandsfolk, der samtidig med denne rolle har været travlt optaget af engagementet i egen butik.

Initiativrigdommen tegner samtidig et andet mønster. I den indledende del af krisen forekom det, at de mindre, selvstændigt ejede butikker har været mest omstillingsparate. Her har været kort vej fra tanke til handling, og det har givet mulighed for hurtig afprøvning og tilpasning af nye løsninger i forhold til eksempelvis åbningsforhold, indretning og varetyper. Det har for en del lokale butikkers vedkommende også rykket ved grundlæggende dele af forretningsmodellen. For eksempel restauranter, som hurtigt har omstillet til take-away og netbestilling, eller udvalgswarebutikker, som for første gang har taget fat på online salg.

Undersøgelsen fra maj 2020 peger samtidig på, at de store kæder havde det svært i den indledende del af corona-krisen. Typisk har kæderne et noget større bureaukrati, med betydeligt flere regler ovenfra, der forekommer at

være gået ud over omstillingsparathed i den enkelte butik. Udfordringerne for kædebutikker understreges yderligere af lokation. Butikscentrene var i den indledende del af krisen ramt af omfattende restriktioner, der holdt de fleste butikstyper lukkede, i modsætning til de øvrige butikker i åbne gade- og strøgmiljøer med eksempelvis egen ind- og udgang. Da kædebutikkerne er særligt stærkt repræsenterede i netop butikscentrene, har dette været en ekstra udfordring for dem i den indledende del af krisen. I mange tilfælde har kædebutikkerne, af flere forskellige årsager, altså måttet lukke ned, mens den lokale har holdt butikken i gang.

”

Samarbejde er nøgleordet for, at sunde midtbyer eksisterer om 30 år. Hele dagsordenen bliver anderledes, og det skal vi allerede arbejde hen imod nu. Fx hvis en butik lukker i et lokale, så skal vi matche den rigtige butik med det præcise lokale, i stedet for blot at tænke profit og få en ny lejer til at overtage lokalet med det samme.

Vi skal tænke på, hvordan lejemålet passer til butikkens koncept, placering i midtbyen og de omkringliggende butikker. Og det kræver i høj grad, at vi fornyer måden, vi håndterer tomme lokaler på - vi skal i langt højere grad involvere lokaleejerne.

*Handelschef Michael Vendelboe
Thisted Handels- & Industriforening*





Nettet er kommet

Undersøgelsen fra november 2021 tyder til gengæld på, at de store kæder hen over sommer og efterår er kommet godt efter det og har fået indrettet sig efter de nye forhold. I november er der således stort set ikke meldinger fra handelsstandsfolkene om, at kædebutikkerne skulle være særligt udfordrede i forhold til de selvstændigt ejede butikker. En faktor her kan være nethandel.

I mange år har de butik drivende frygtet e-handel og ikke mindst den trussel, det er mod traditionelle, fysiske butikker, men det har samtidig været et problem, der i høj grad har været muligt at skubbe foran sig og ud i fremtiden. Den pludselige corona-krise har vist sig langvarig og tvunget de butik drivende til at tage stilling til en stigende e-handel- både som en udvidelse af det handelsmarked man er en del af, men også en stillingtagen til udvidelse af sin egen butik og koncept. Forbrugernes forhold til e-handel har ændret sig drastisk i løbet af krisen, og ifølge meldingen fra handelscheferne er det et tog, man skal hoppe på, før det er for sent- og det er allerede begyndt at køre.

Det er dog lettere sagt end gjort at drive nethandel, og undersøgelsen viser tydeligt, at der er opstået tre grupperinger. Kædebutikkerne er ikke selvskrevet til at klare sig godt i nethandlen, men de har nogle strukturelle fordele frem for den lille butik drivende. Dels kan de store kæder med deres størrelse dedikere ressourcer til specialister inden for udvikling af web-produkter, og dels er deres størrelse i sig selv en fordel, i forhold til synlighed i web-trafikken. Derudover er kædebutikkernes nethandel oftest en selvstændig del, hvorfor den enkelte kædebutik ikke skal koncentrere sig om salget via nethandel og i stedet kan prioritere alle ressourcer i den fysiske butik.

Dernæst er gruppen af butik drivende, som beskrives som både kreative, boostere og iværksættere, der har rettet nyt fokus på nethandlen og aktivt brugt den som en ressource til mersalg. Det omhandler både butikker, der havde tilknyttet en nethandel før krisen, og butikker som har set nethandel som en øjenåbner. Uanset er de, der har evnerne til at løfte nethandlen til et mere kreativt og engagerende niveau på webshops og sociale medier, mange skridt foran dem, der stadig ser udvidelse af et web-

koncept som en udfordring. De som har udviklet deres butik med fokus på omnichannel, og som har succes med det, vil kun booste salget yderligere i de kommende år.

Den sidste gruppe er de butik drivende, som af forskellige årsager har valgt ikke at investere ressourcer i udvikling af sin nethandel, og i stedet har valgt at satse sin lid på god kundeservice. For nogle butiksejere er nethandel fortsat en hæmsko, der kræver nye og anderledes evner og ressourcer, som oftest ligger fjernt fra de traditionelle handelsmetoder. Spørger man handelscheferne, er der til gengæld kommet fornyet fokus på god kundeservice i de fysiske butikker. De mange problemer, der kan være ved nethandel- at en vare ikke passer, at der er længere leveringstid, at pakken bliver væk i posten- har kun styrket forbrugernes interesse for at handle i fysiske butikker.

Flere af de otte handelsbyer har taget udfordringen op og i løbet af 2020 udviklet en fælles nethandelsportal for byens butikker. Den seneste dialog viser dog, at projektet ikke ser ud til uden videre at kunne lykkedes, men at de individuelle webshops klarer sig godt. Hvor initiativ og trafik for de fælles portaler er kommet udmærket fra start, var de lokale forbrugeres interesse dalet allerede frem mod maj 2021-undersøgelsen.

Handelsbyerne er blevet klogere

Corona krisen har medført mange frustrationer, tomme gågader, aflyste arrangementer og ikke mindst sørgelige afslutninger på butik drivendes handelseventyr, der er endt i butikslukninger. Men krisen har også ført meget læring, ny viden og erfaring med sig, og både butik drivende og handelsstandsfolk er blevet en hel del klogere i løbet af de sidste to år. Der peges på omstillingsparathed, nytænkning og sammenhold som nøgleord for fremtidens handelsliv. Der skal kort sagt tænkes nyt og anderledes- både når det kommer til nye måder at drive forretning på, nye måder at arbejde sammen på tværs af niveauer, og nye måder at gentænke bymidten i et langsigtet strategisk perspektiv.

Spørger man handelscheferne, peger de på, at bymidten og handelslivet i en eller anden form skal gentænkes. Der

skal være en “reason to go”, så bymidten ikke kun besøges, når det kommer til at opfylde forbrugernes daglige gøremål. Der skal tages strategiske, helhedsorienterede valg, der er bæredygtige i et bredt perspektiv, og som kan have positiv virkning i byen på både kort og længere sigt. Der skal udvikles flere oplevelsestilbud i midtbyen, som rammer en endnu bredere målgruppe, som tiltrækker byliv hele ugen og året rundt, og som ikke kun inkluderer handel. Det skal være oplevelsestilbud, som udvikles på tværs af byens handelsnetværk, foreninger og institutioner, og som styrker fællesskabet.

Også handelsforeningerne har praktisk talt fået en genopstandelse. Medlemstallet har været stødt stigende igennem forløbet, og opbakningen er større end nogensinde før. Det tyder på, at handelsforeningerne for alvor har vist sit værd og sin funktion i den enkelte handelsby, og at de samtidig har skabt større synlighed og forståelse for det udførte arbejde. Generelt lyder det, at der er dannet nye samarbejder og partnerskaber, og at de mere end nogensinde før er blevet anvendt som et redskab af medlemmerne.



Reflektioner

Generelle tendenser

Decentral handelsstruktur

Ud over det øjebliksbillede, som registreringerne af åben-lukket status giver for butikslivet, tegner registreringerne samtidig et bredere, geografisk billede af, hvordan handels- og butikslivet i det hele taget tager sig ud i hver af de otte byer.

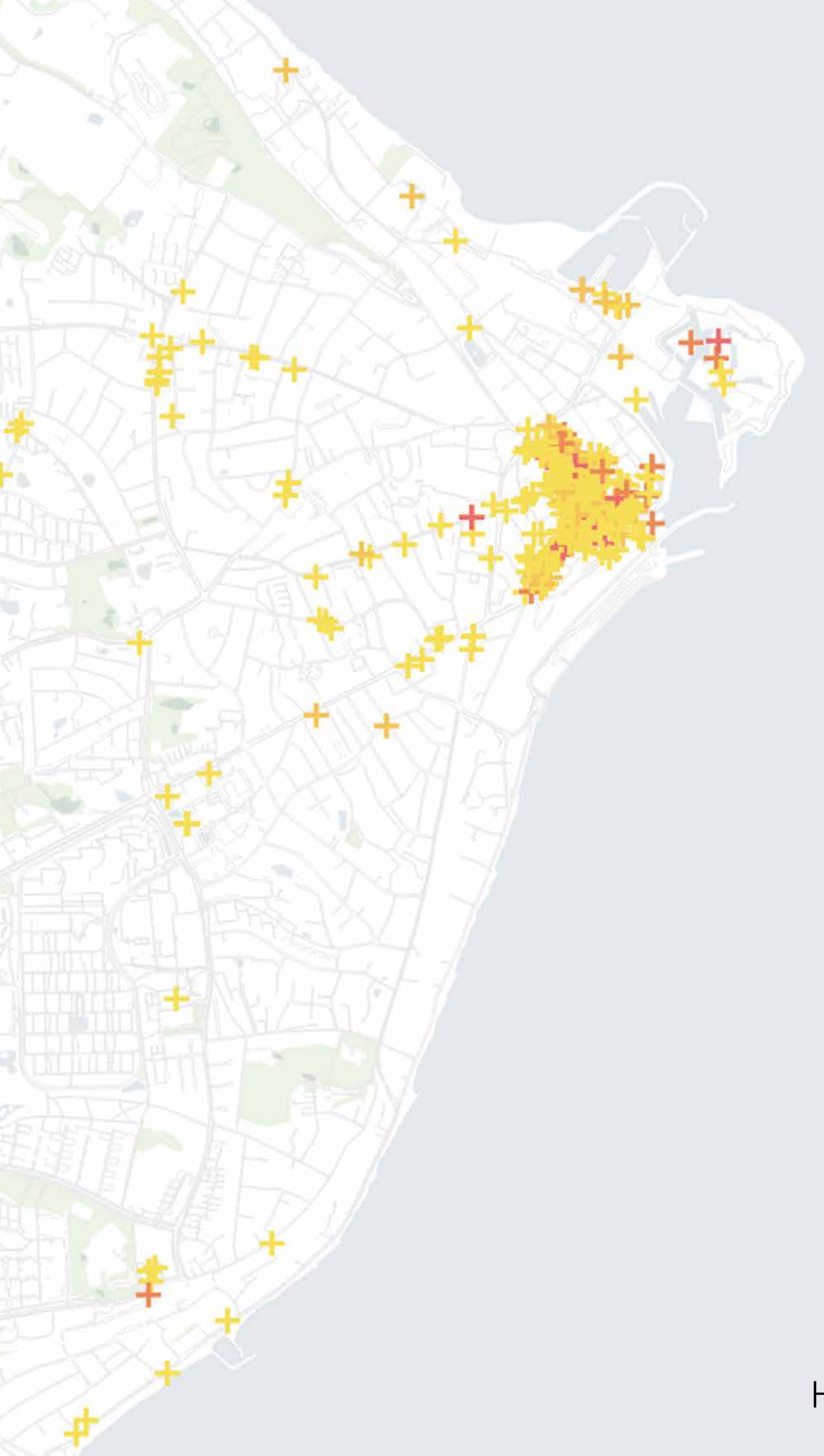
Traditionelt har man betragtet handel og indkøb som en naturlig del af byernes centrale midtby, det vil sige gågaden og de centrale torve. Samtidig har såkaldte “aflastningscentre” været en del af byernes udvikling siden 1970’erne. Det oprindelige formål med at placere butikkerne uden for centrum var at aflaste midtbyerne for store, besværlige butikker og varer, som for eksempel møbler og biler. I dag har butikkerne i aflastningscentrene dog overtaget en større del af den samlede handel.

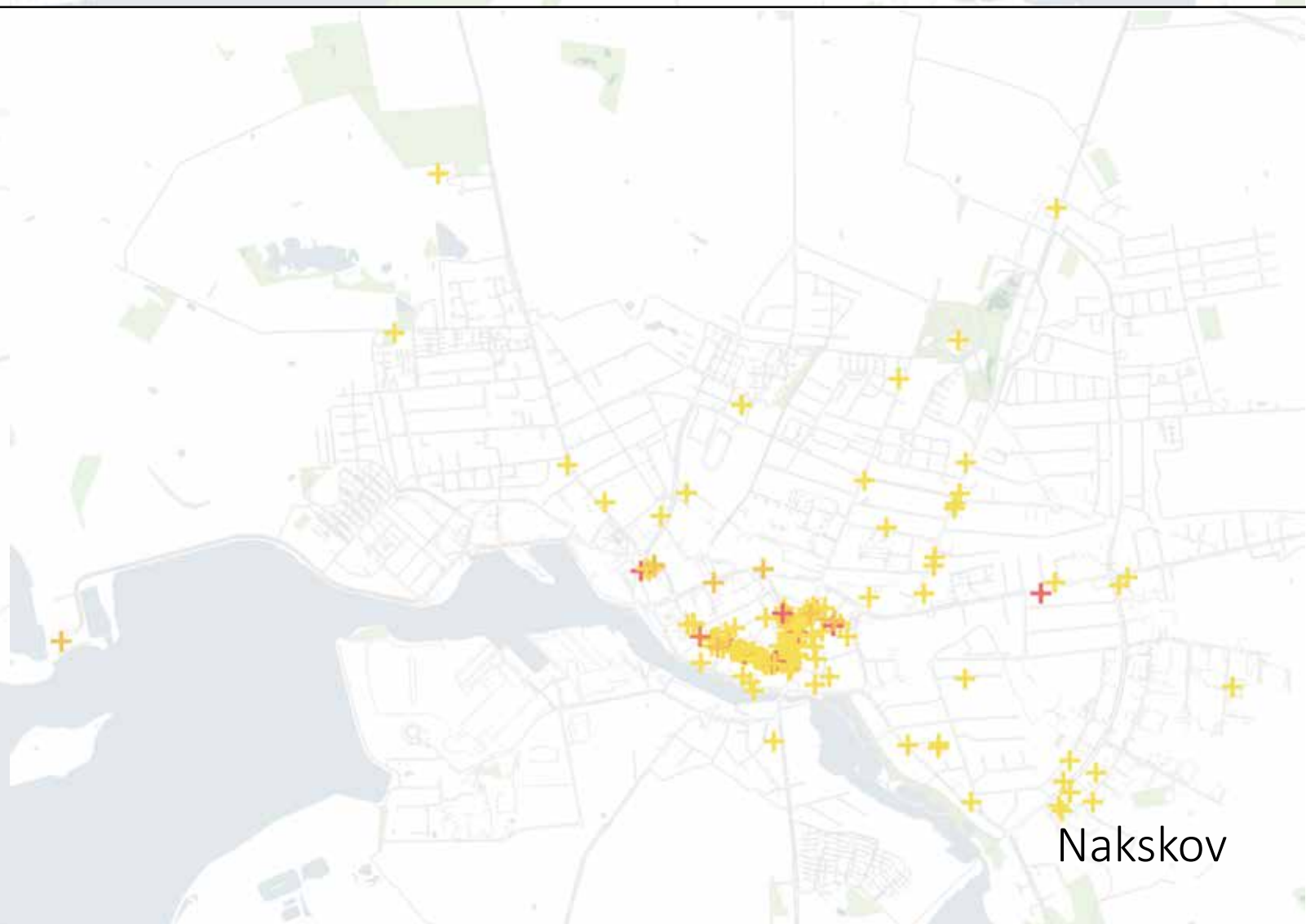
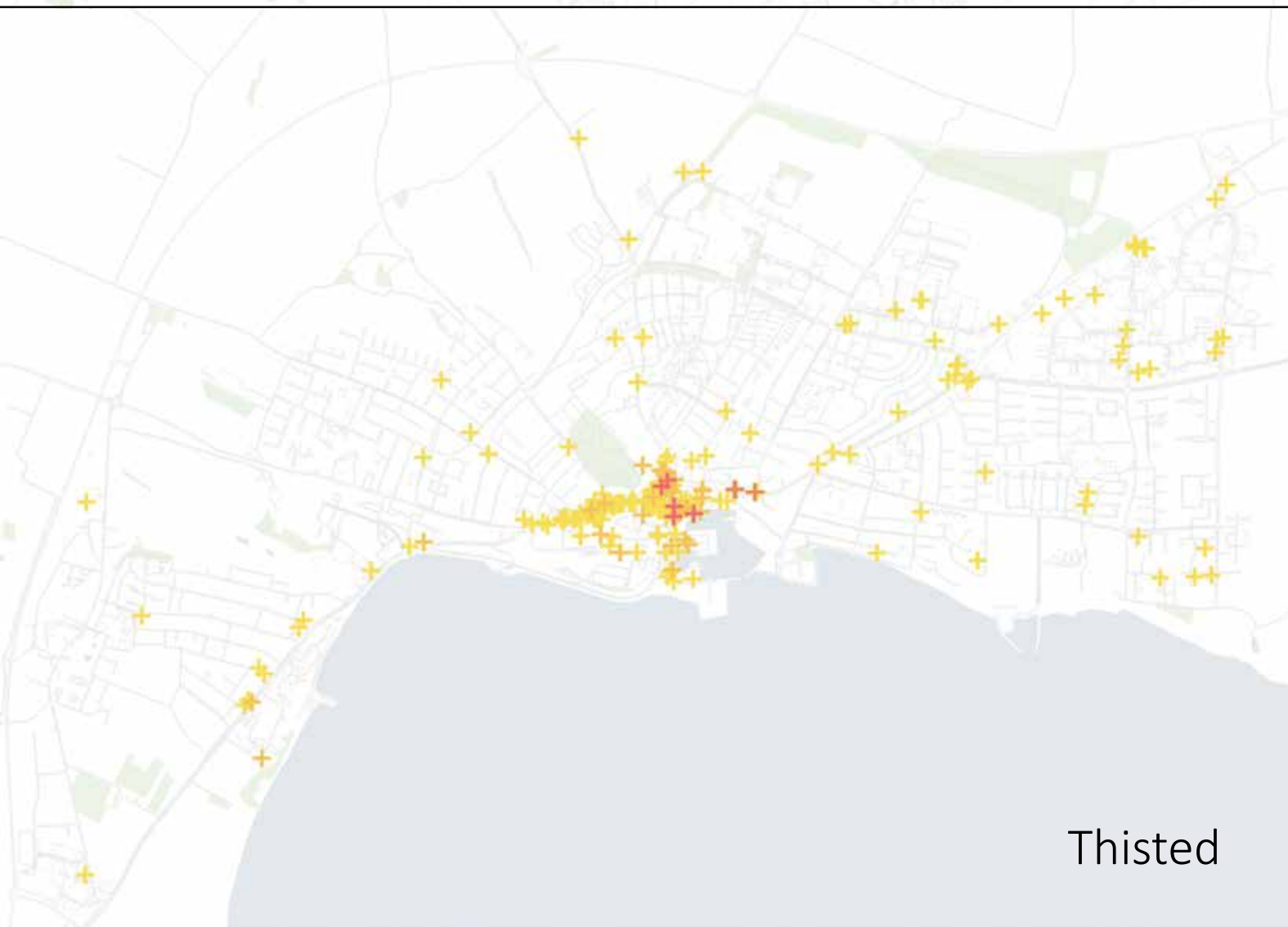
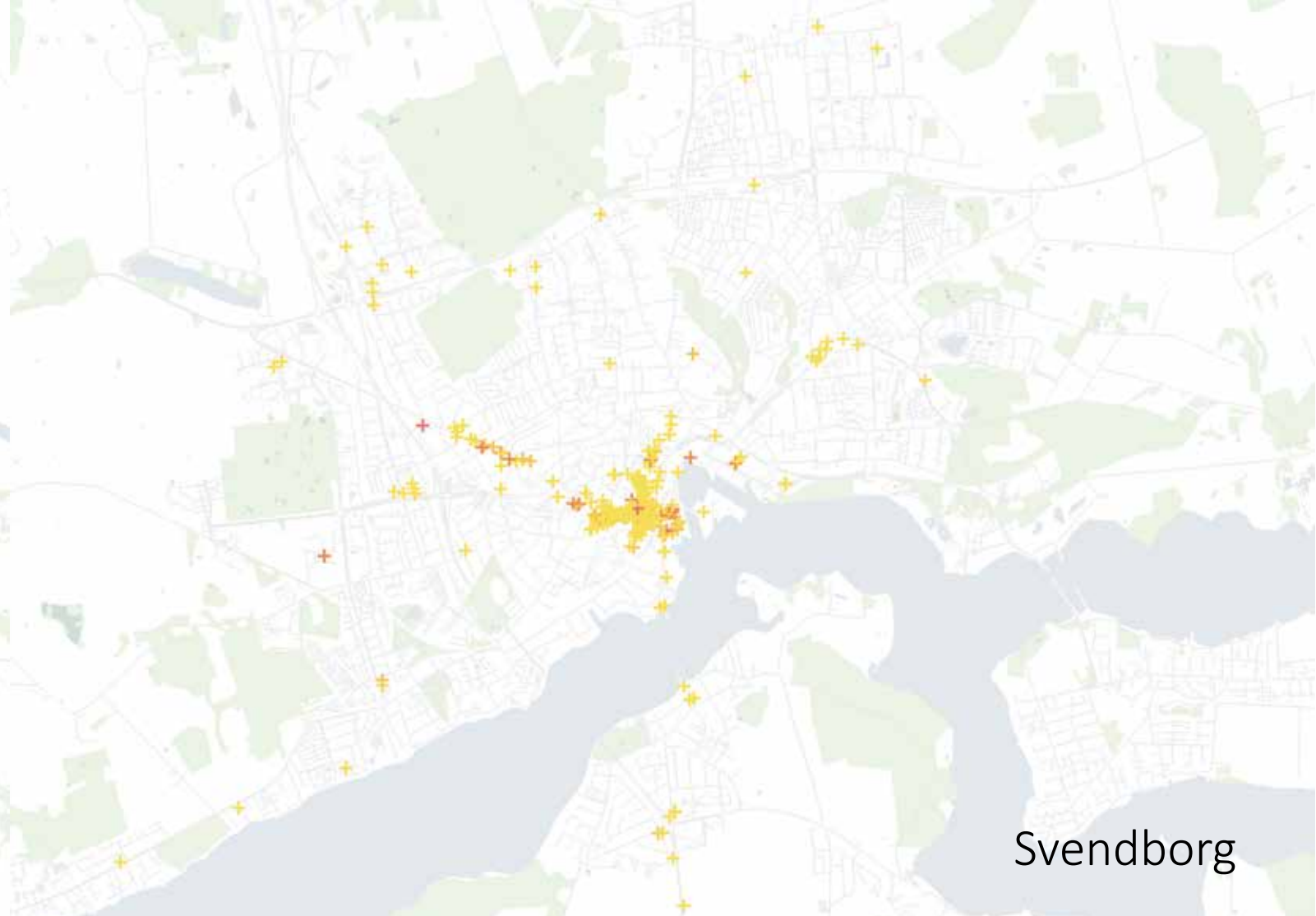
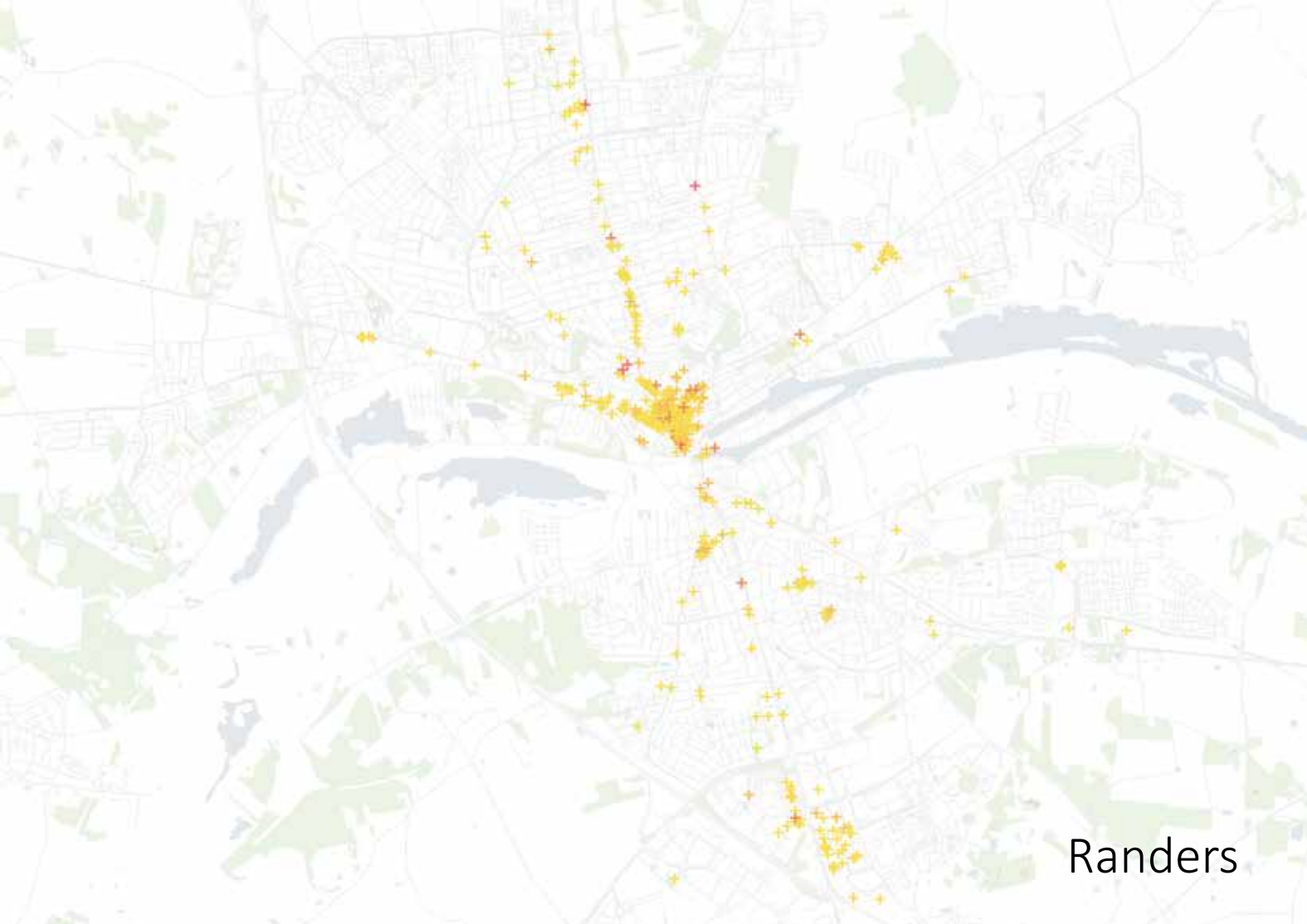
Den komplette kortlægning af butikkerne i de otte mindre, mellemstore og større handelsbyer viser dog, at handlen langt fra kun foregår i den centrale midtby og i kommuneplanlagte aflastningscentre. Alle byerne i undersøgelserne har tydeligvis en bymidte, som det er relativt let at genkende, når man ser på kortlægningen af alle butikker for hver by af de otte undersøgte byer. De fleste af byerne har dog samtidig en relativt decentral butiksstruktur, hvor der er mindst lige så mange butikker langs indfalds- og omfartsveje, som i selve midtbyen. Af de otte undersøgte byer skiller Vejen sig mest ud fra de øvrige. Byen har som den eneste af de otte undersøgte byer en ret tydelig koncentration af butikker i selve

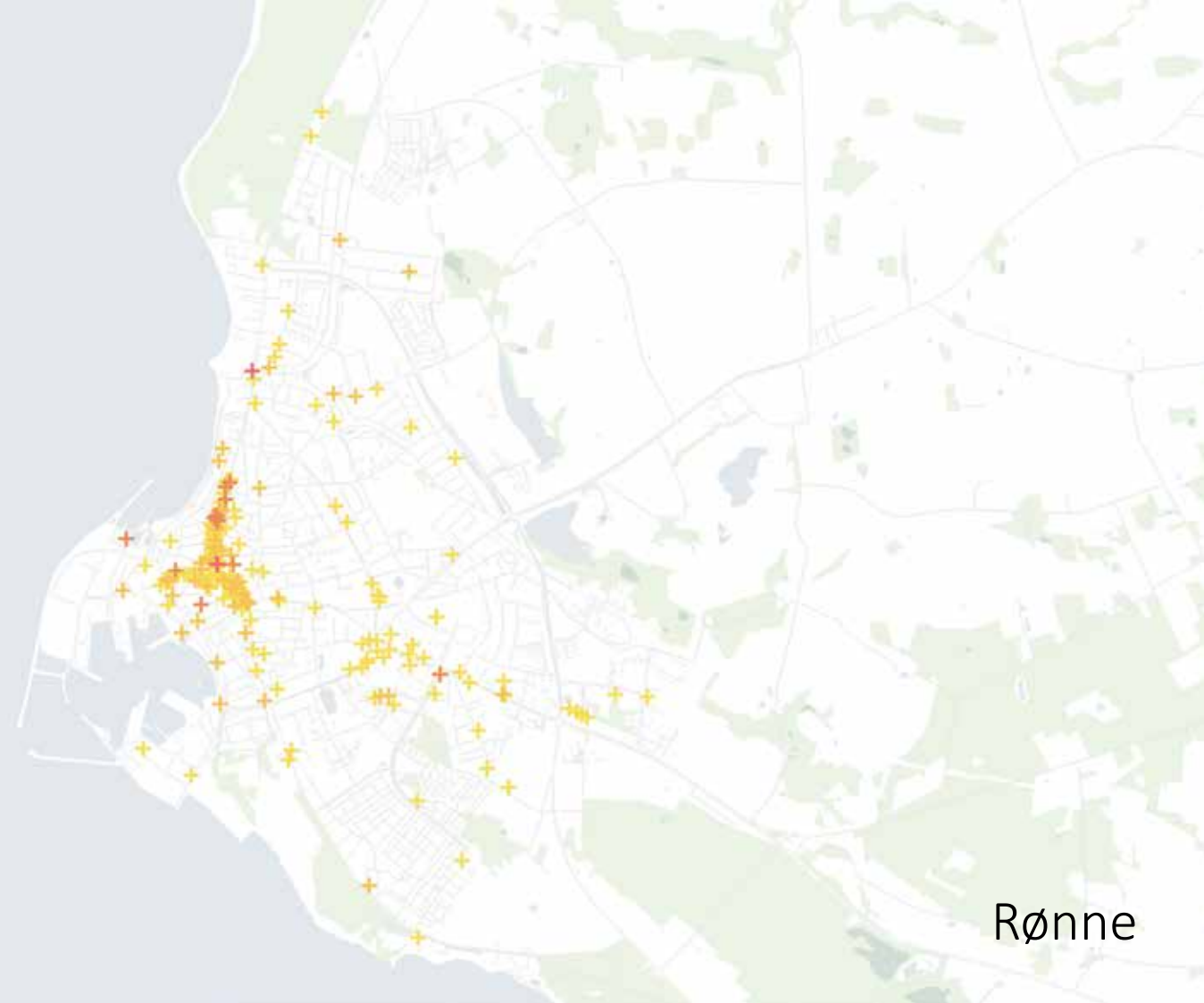
midtbyen og kun begrænset decentral handel.

Butikslivet i traditionelle gågader og midtbyer er mange steder stærkt truet. Der har de senere år været fokus på konkurrencen fra stigende internethandel. De handelsdrivende selv peger ofte på konkurrencen fra større nabobyer og hypermarkeder. Begge forhold har klart betydning. Samtidig bør man dog i højere grad rette opmærksomhed mod butiksstrukturen i handelsbyen selv. En stærk decentral butiksstruktur skaber en hård intern konkurrence for butikkerne i midtbyen, som det kan være svært for de traditionelle strøgbutikker at hamle op med. Modsat andre trusler mod handelslivet kan en by gøre meget med sin handelsstruktur. Placeringer af butikker og indkøbsområder påvirker planlægningen af butikslivet for byen som helhed, og planlægningen påvirker meget direkte konkurrenceforholdet mellem butikker i og udenfor midtbyen.

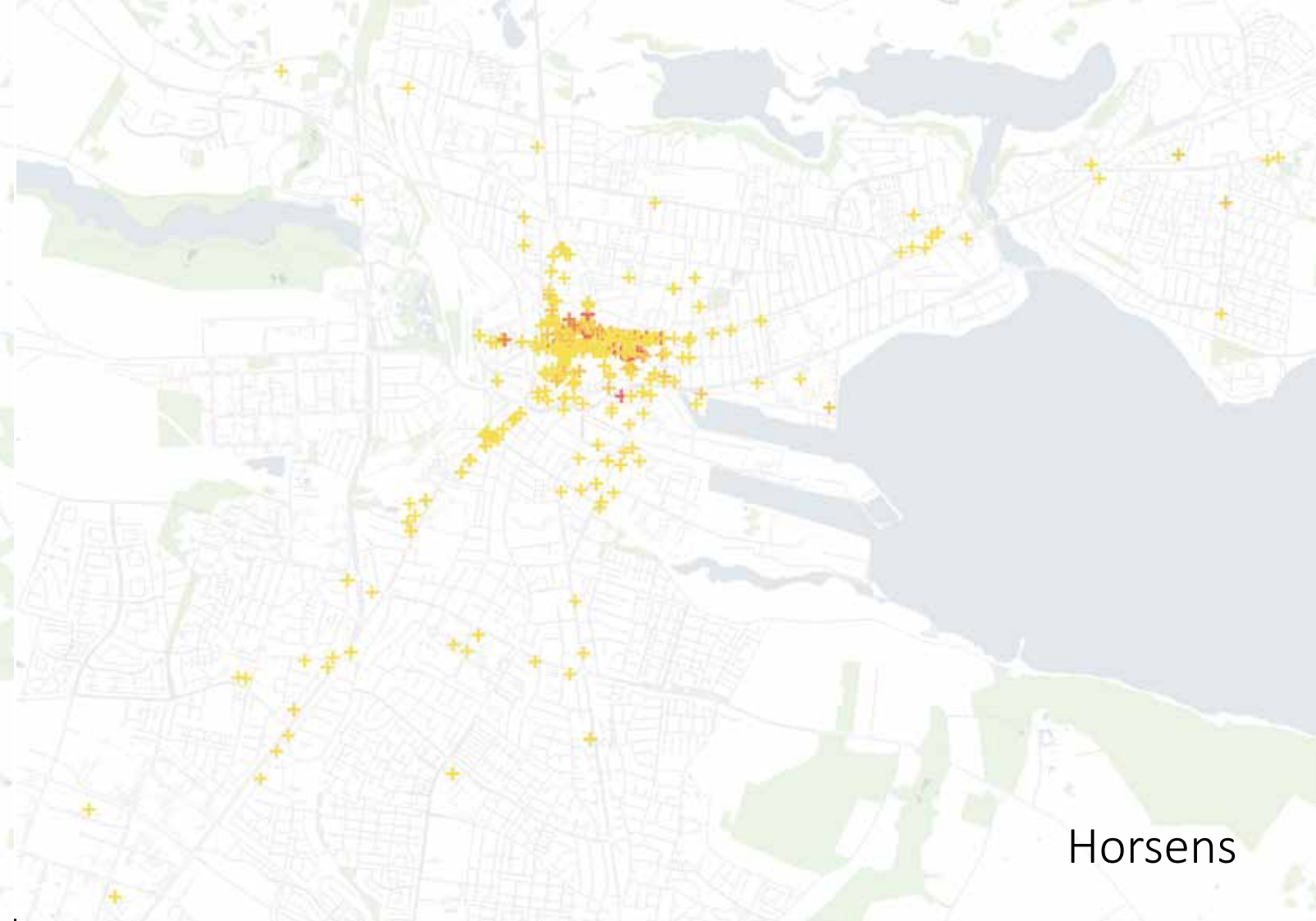
Detailhandelsstruktur (alle butikker pr. november 2021 inkl. lukkede butikker i perioden maj 2020 til november 2021)



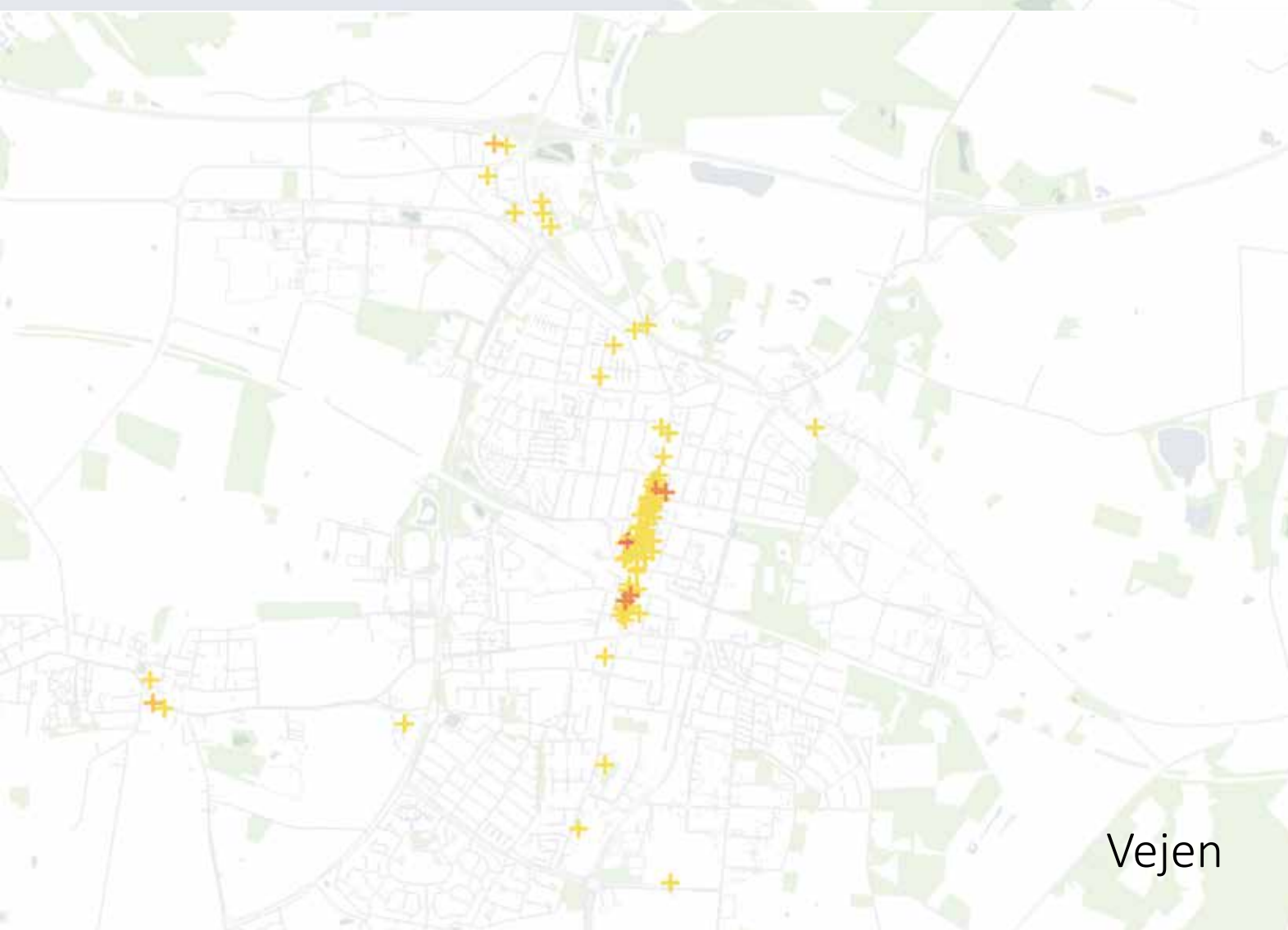




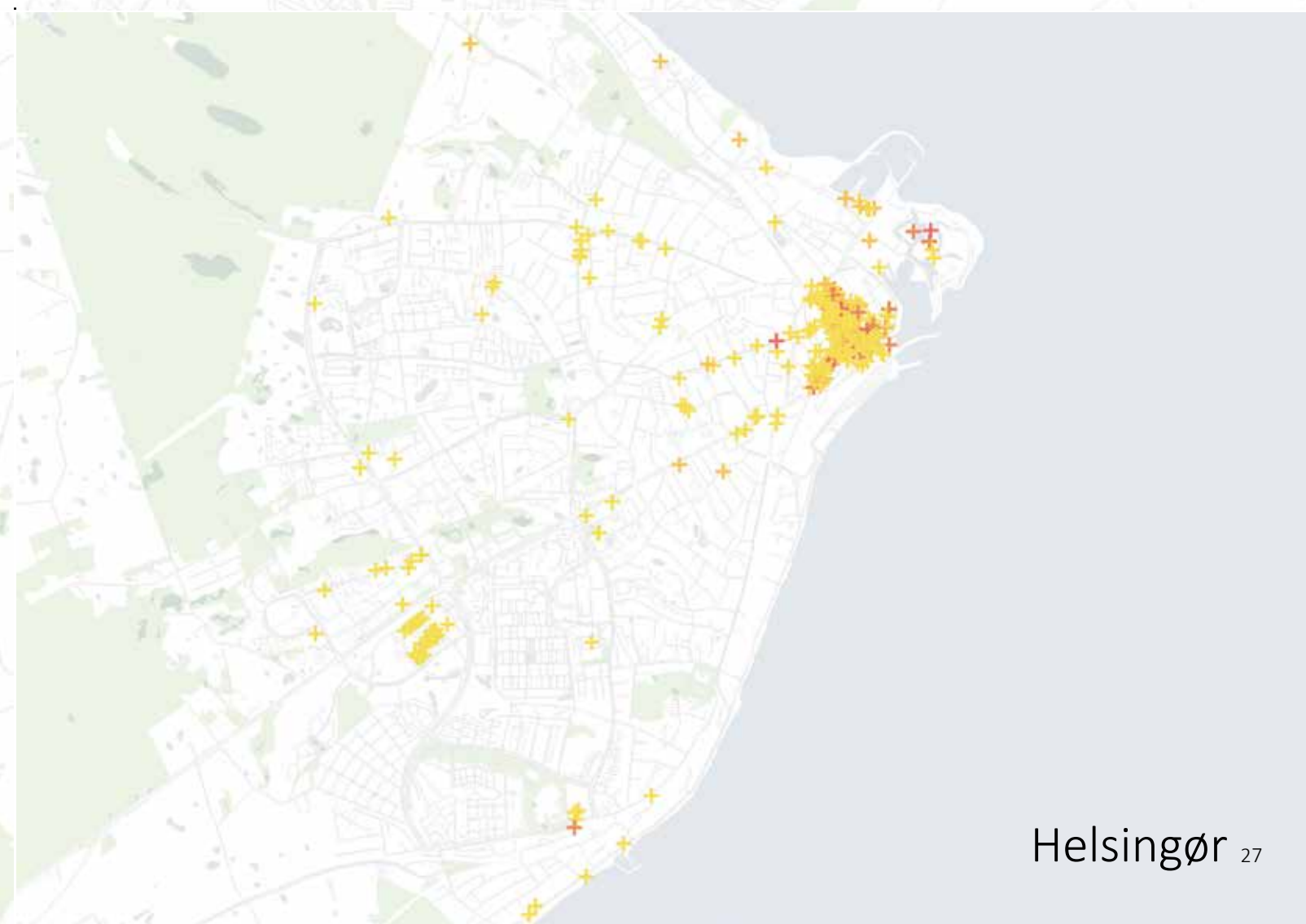
Rønne



Horsens



Vejen



Helsingør ²⁷

Flest butikker i de små byer

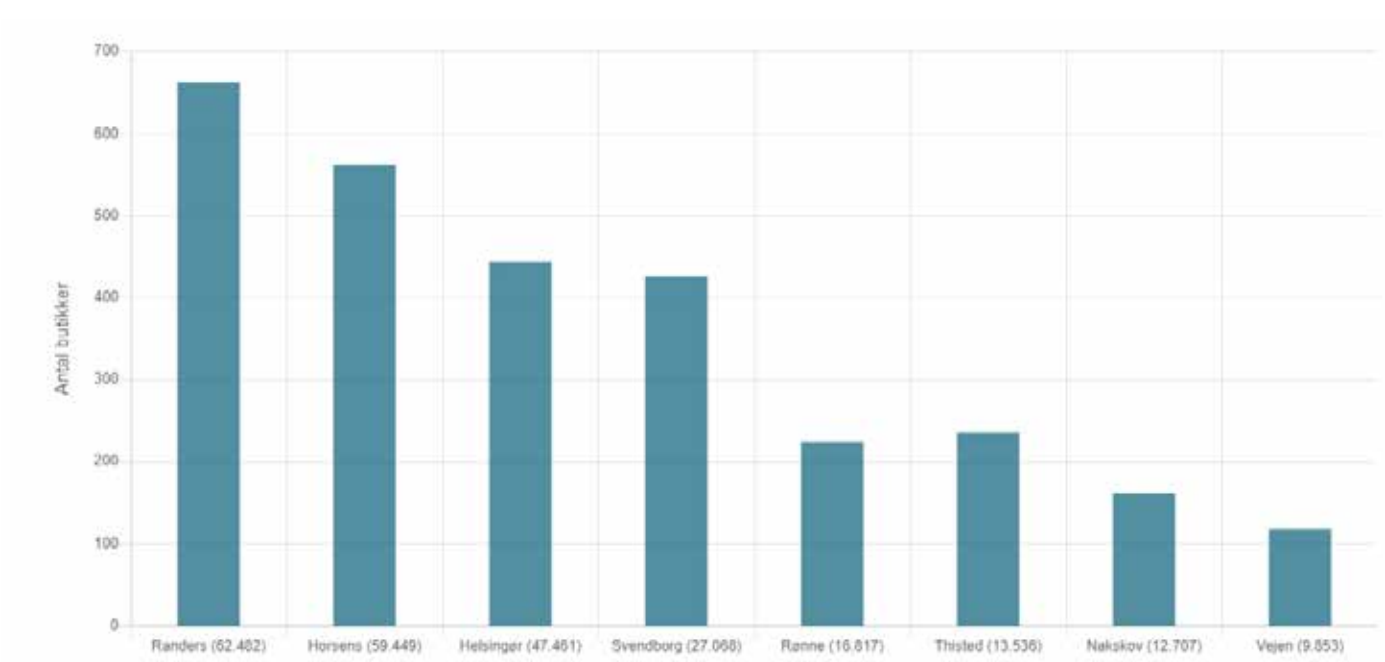
Ser man på antallet af butikker i hver af de otte undersøgte byer, er der en klar tendens. Antallet af butikker er højere i de mindre handelsbyer end i de større handelsbyer. De tre største byer i undersøgelsen: Randers (62.000 indbyggere), Horsens (59.000 indbyggere) og Helsingør (47.000 indbyggere) har alle omkring ni butikker pr. 1.000 indbyggere. I Svendborg, Rønne, Thisted og Nakskov (mellem 13 og 27.000 indbyggere) er der 13-18 butikker pr. 1.000 indbyggere – altså op mod dobbelt så mange. Vejen (10.000 indbyggere) halter lidt efter de øvrige højdespringere, men har med godt 11 butikker pr. indbyggere stadig tydeligt flere end de største handelsbyer.

Hvis det antages, at indkøbsbehovet pr. indbyggere er det samme fra by til by, tyder det på en anderledes

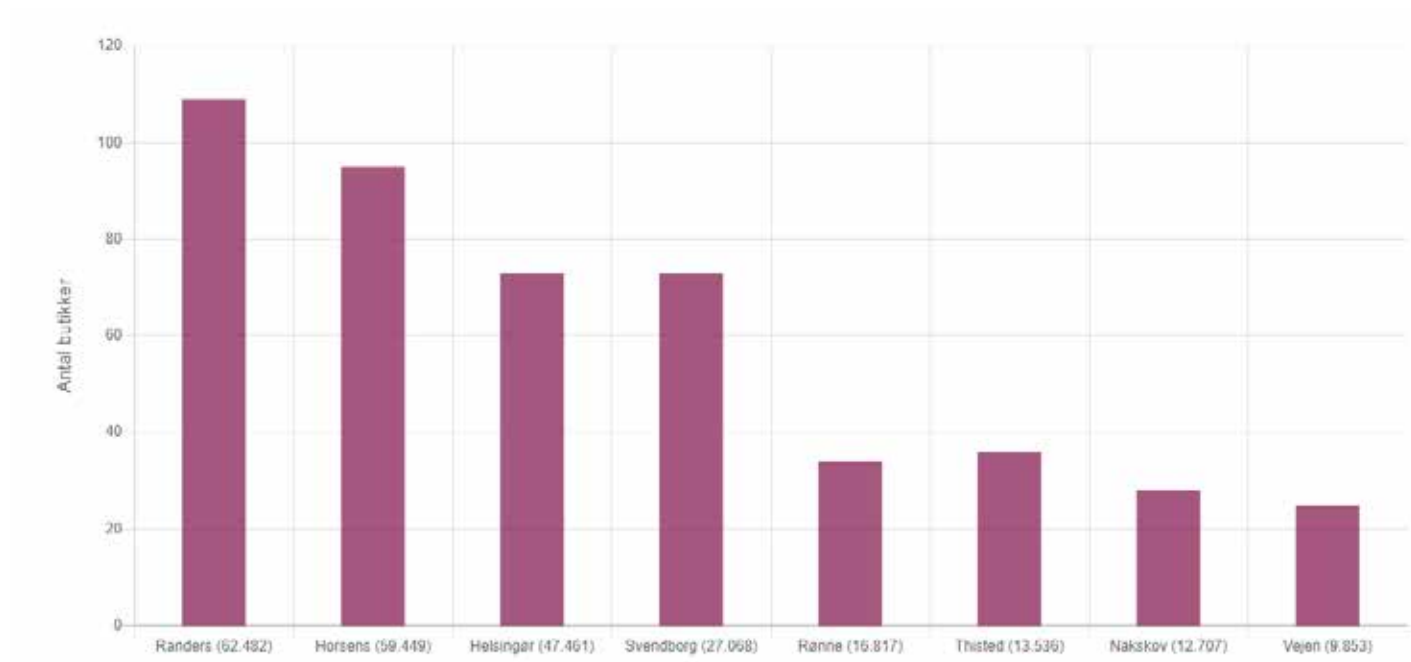
butiksstuktur i de større handelsbyer med færre men (må det antages) større butikker, end i de mindre handelsbyer. Forskelle i købekraft kan have væsentlig betydning for butikstrukturen fra by til by. Umiddelbart må det dog antages, at købekraften pr. indbyggere stiger i større byer sammenholdt med mindre byer, da der typisk ses et højere gennemsnitligt indkomstniveau i større byer, sammenholdt med mindre byer. Det burde som udgangspunkt give grundlag for flere butikker pr. indbyggere, jo større byen er. Undersøgelsesgrundlaget her, hvor blandt andet butiksstørrelser ikke er undersøgt, er lidt sparsomt til at drage for mange konklusioner. Umiddelbart indikerer antallet af butikker pr. indbyggere, at de større handelsbyer i noget højere grad end de mindre handelsbyer er præget af færre, større butiksenheder.

Antal Butikker

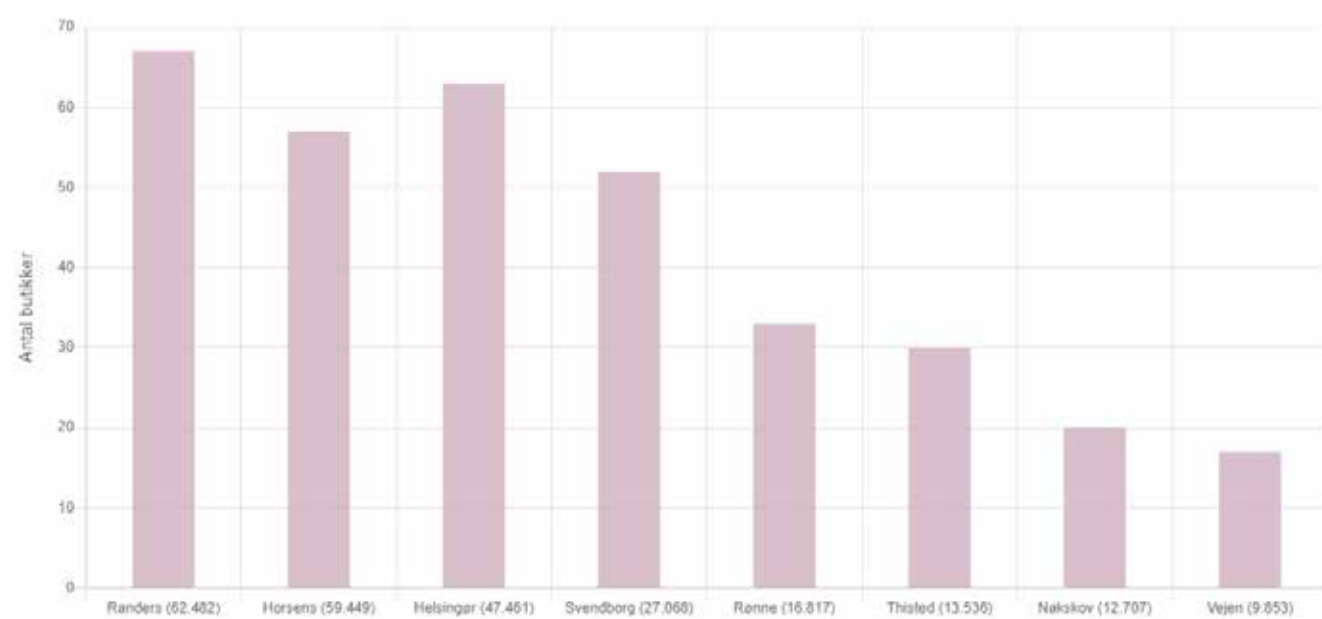
Samlet



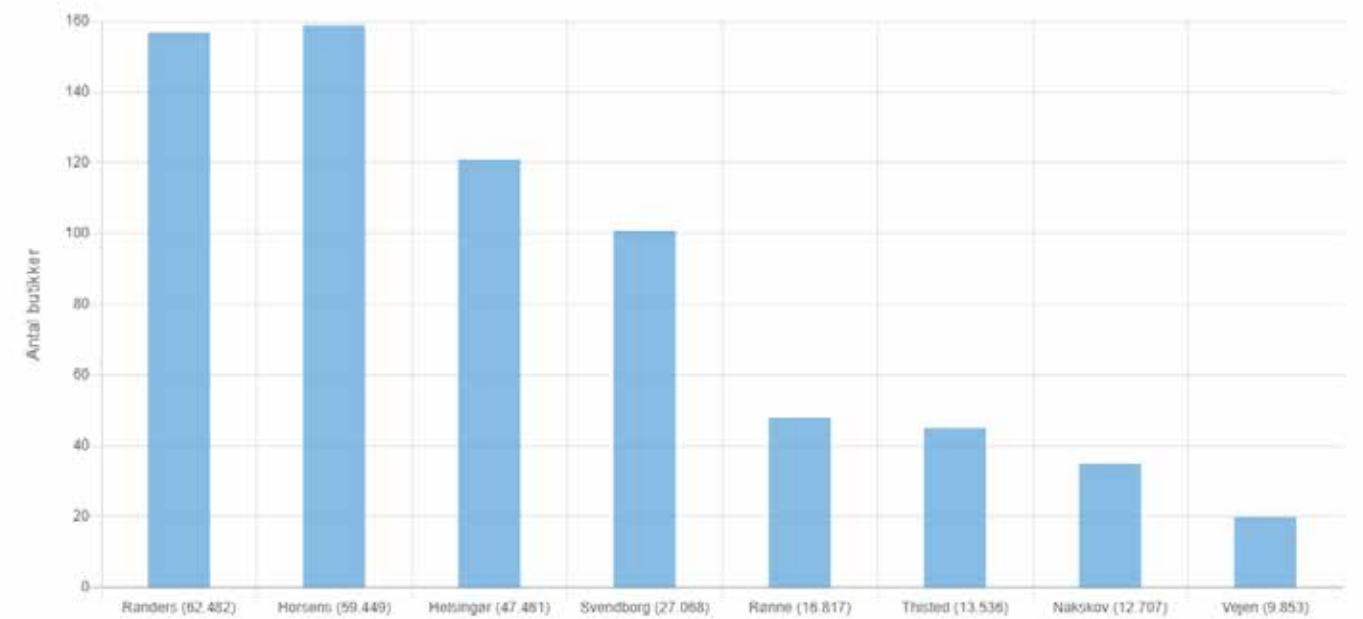
Dagligvarer



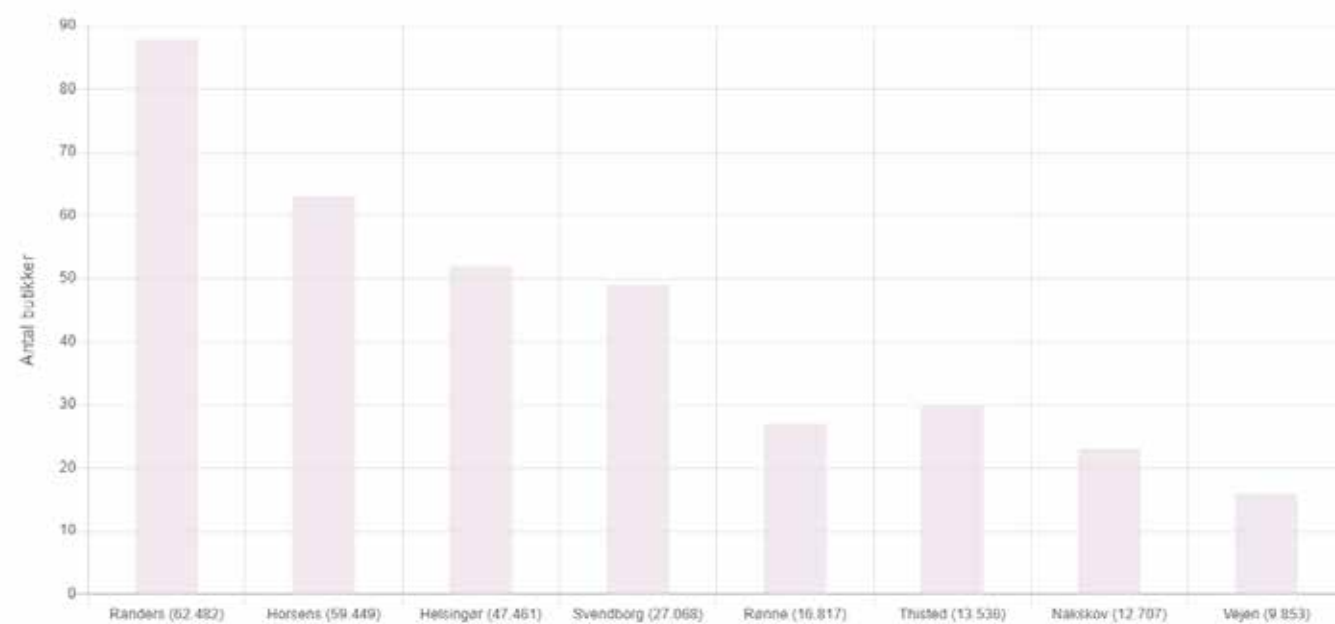
Boligudstyr



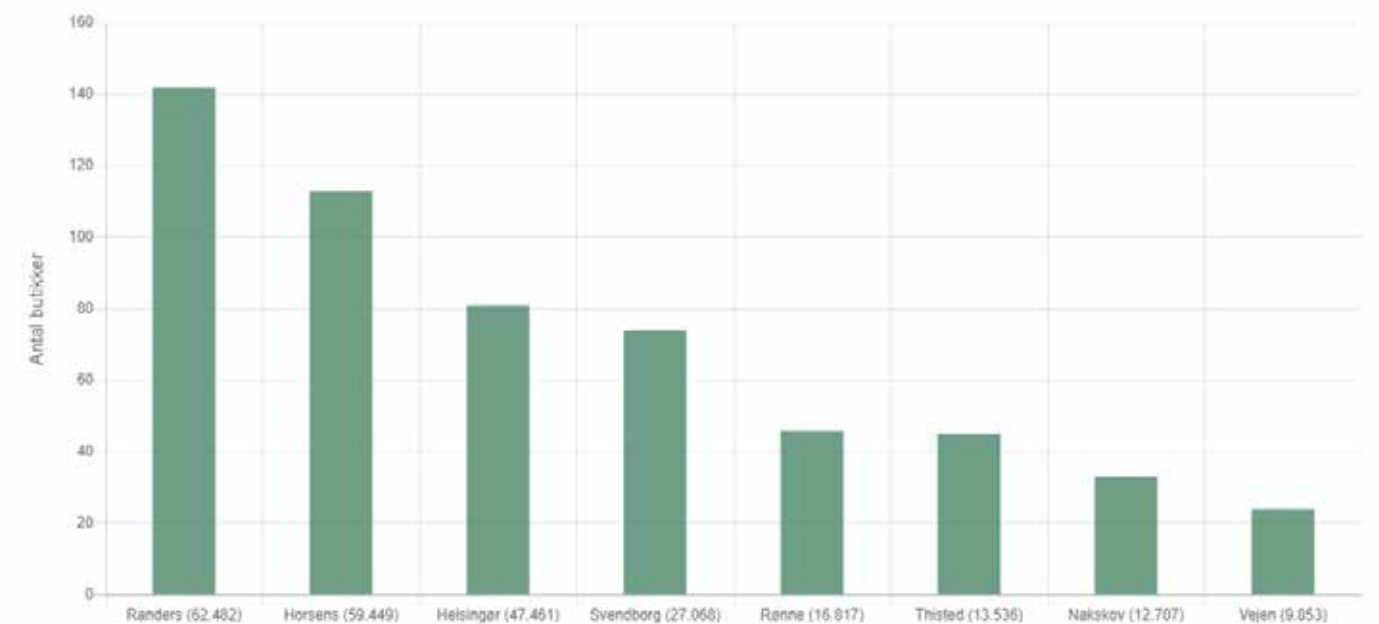
Bespisning



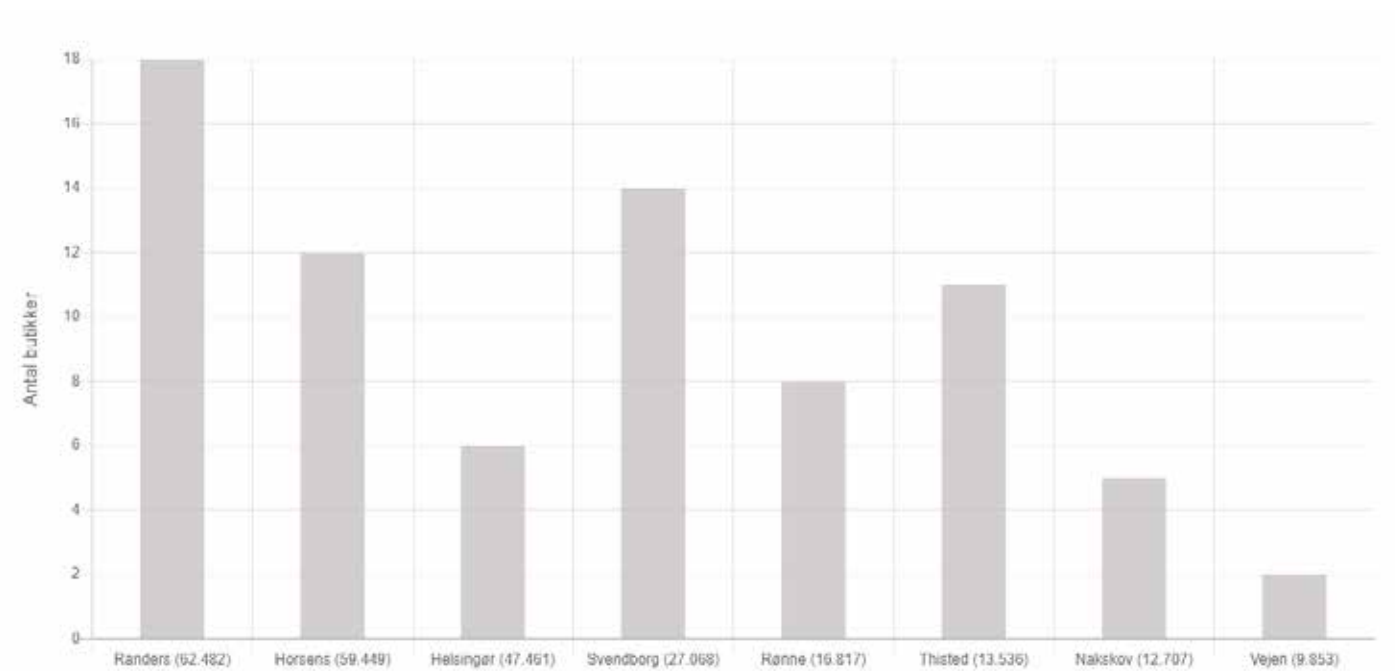
Øvrige Udvalgsvarer



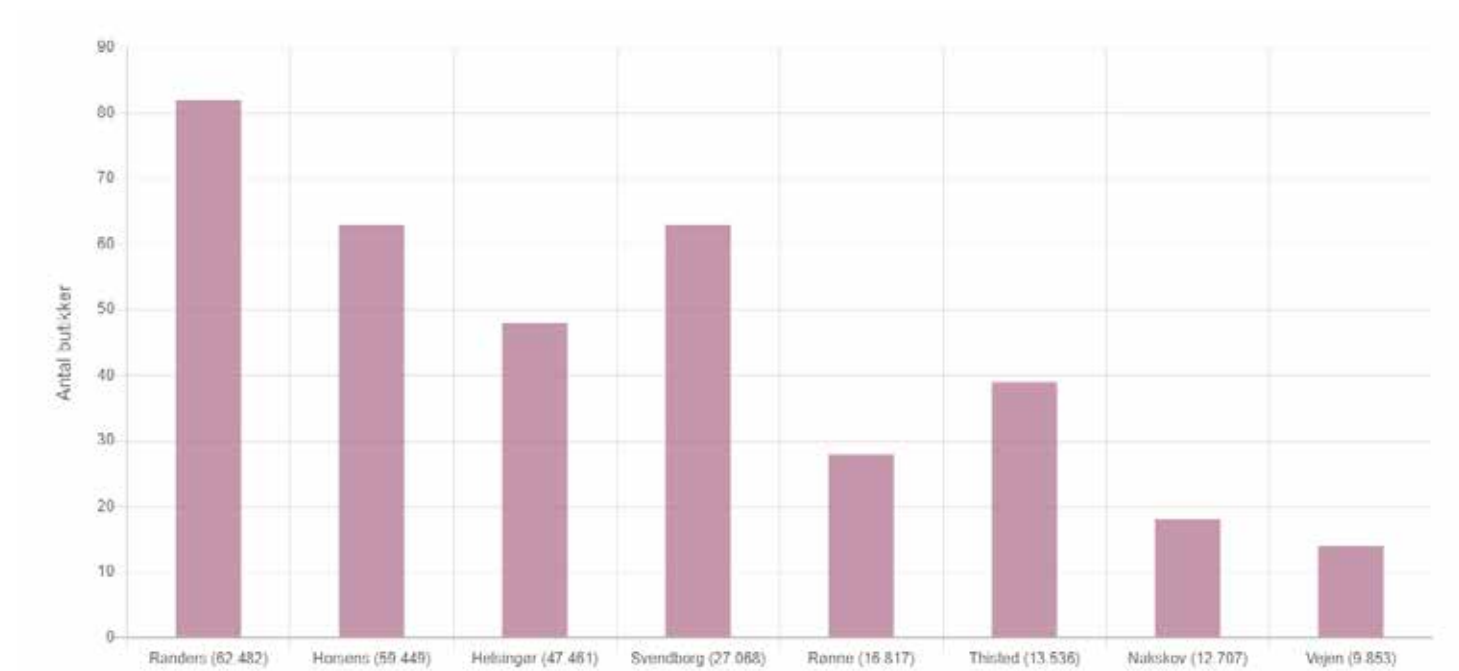
Skønhed



Pladskrævende

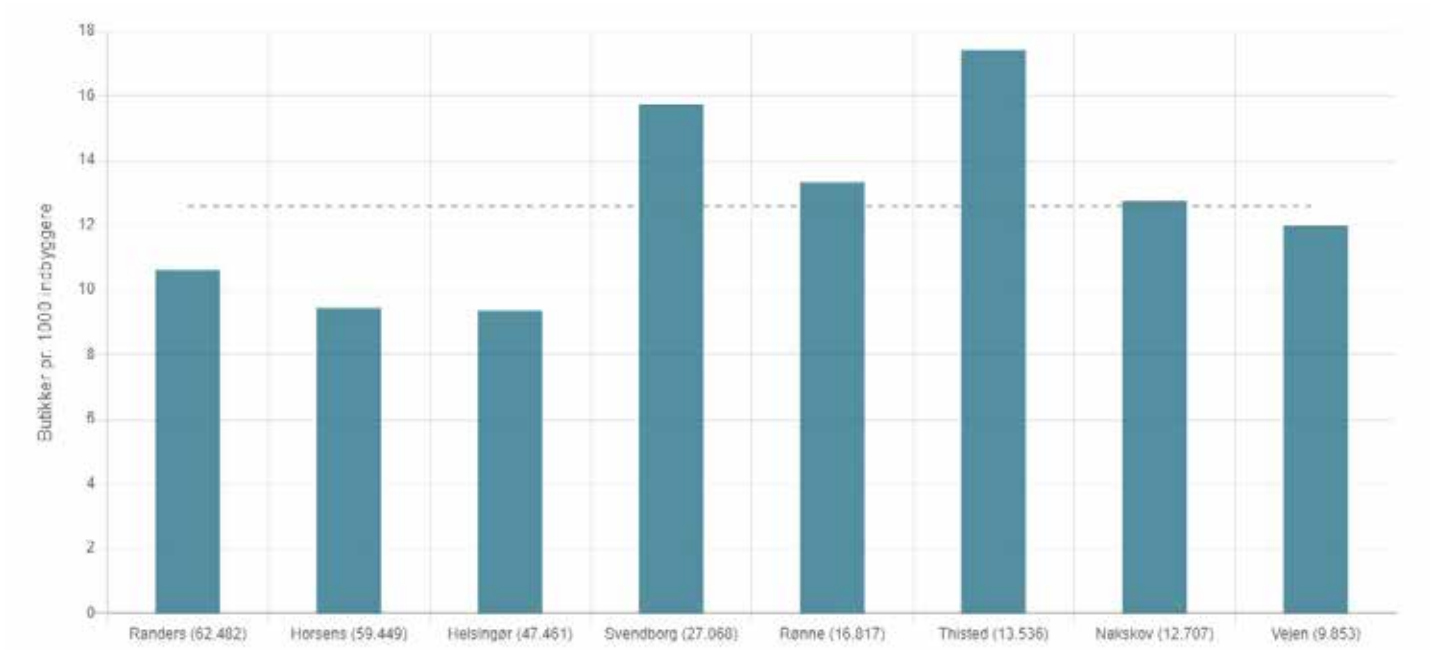


Beklædning

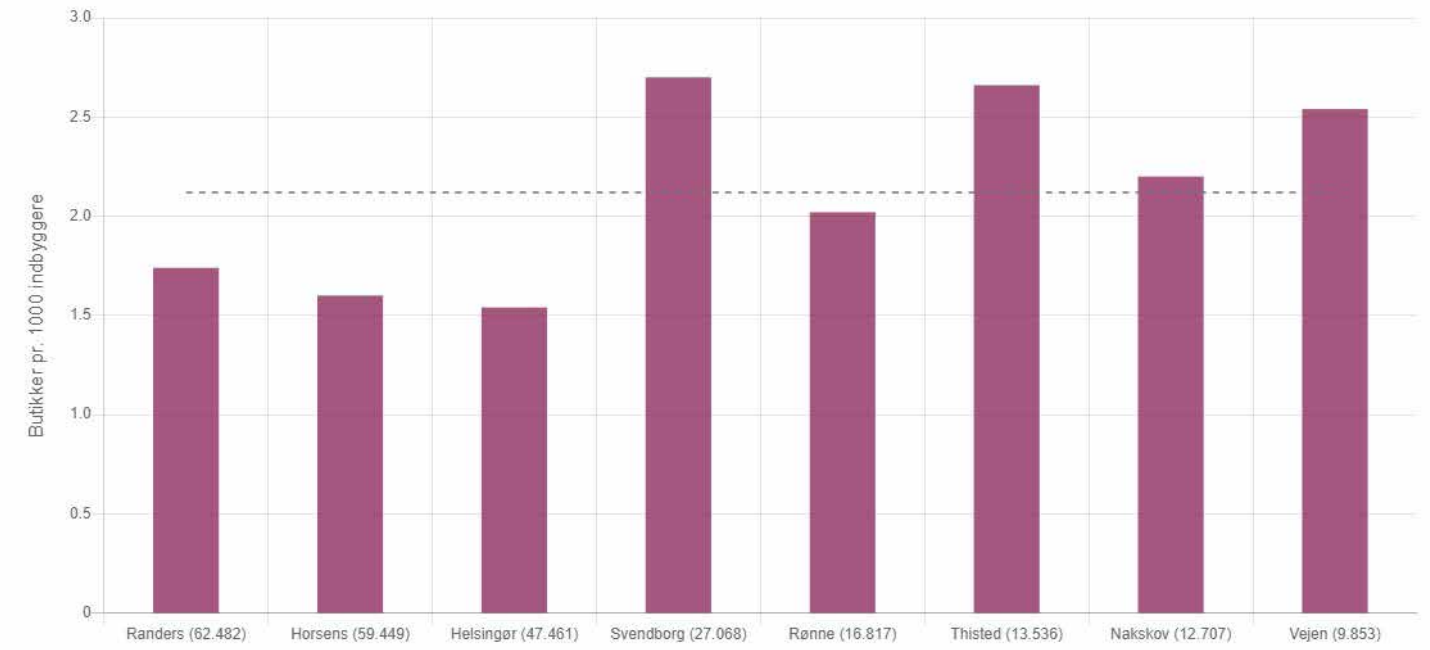


Butikker pr. 1000 Indbygger

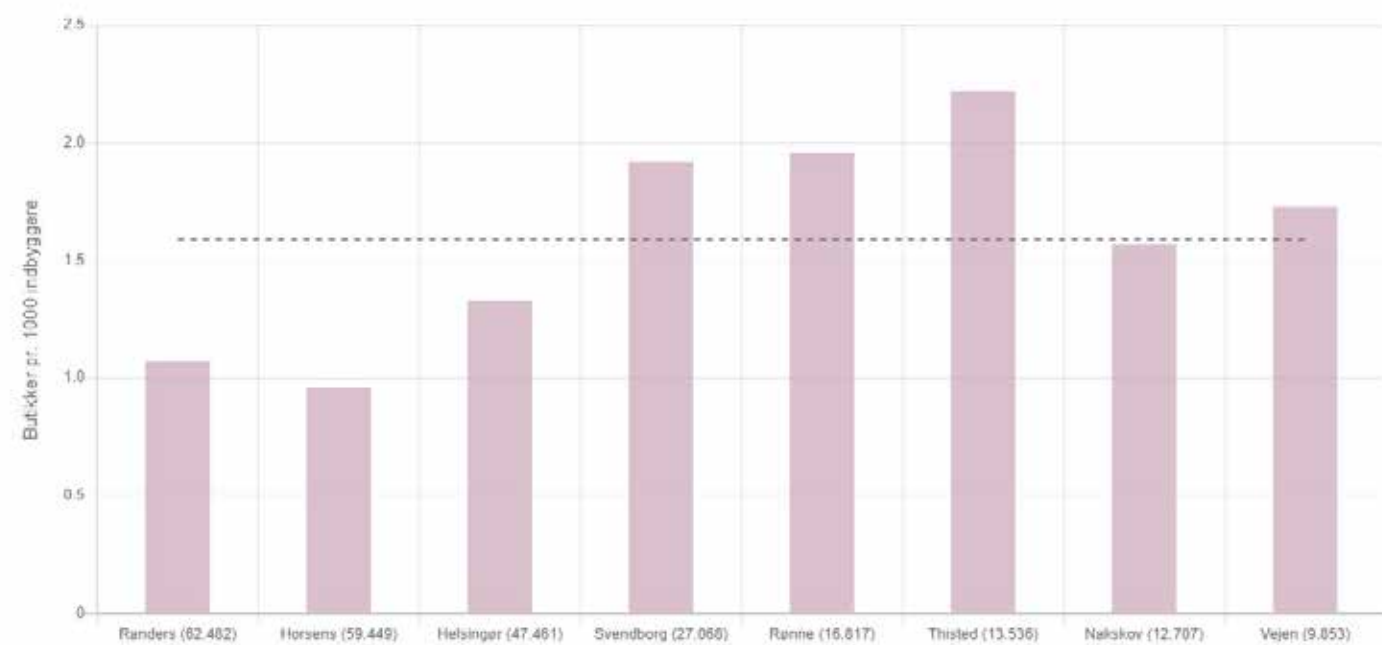
Samlet



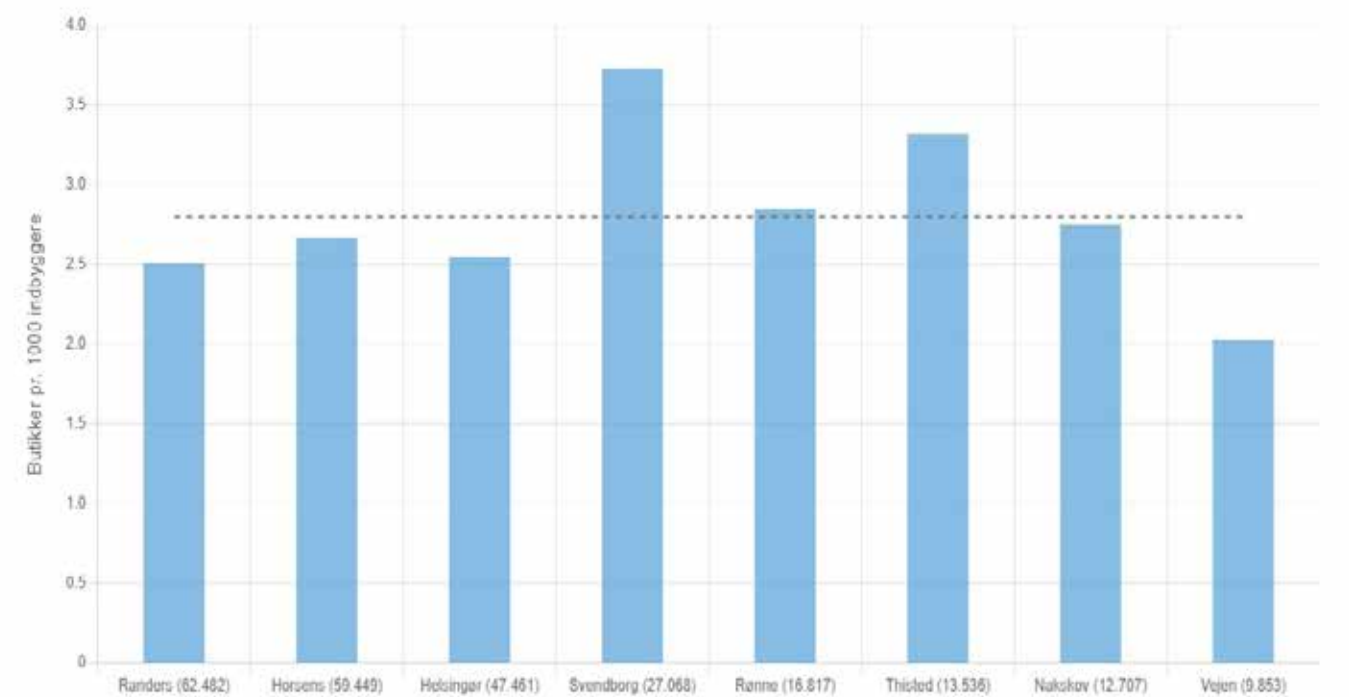
Dagligvarer



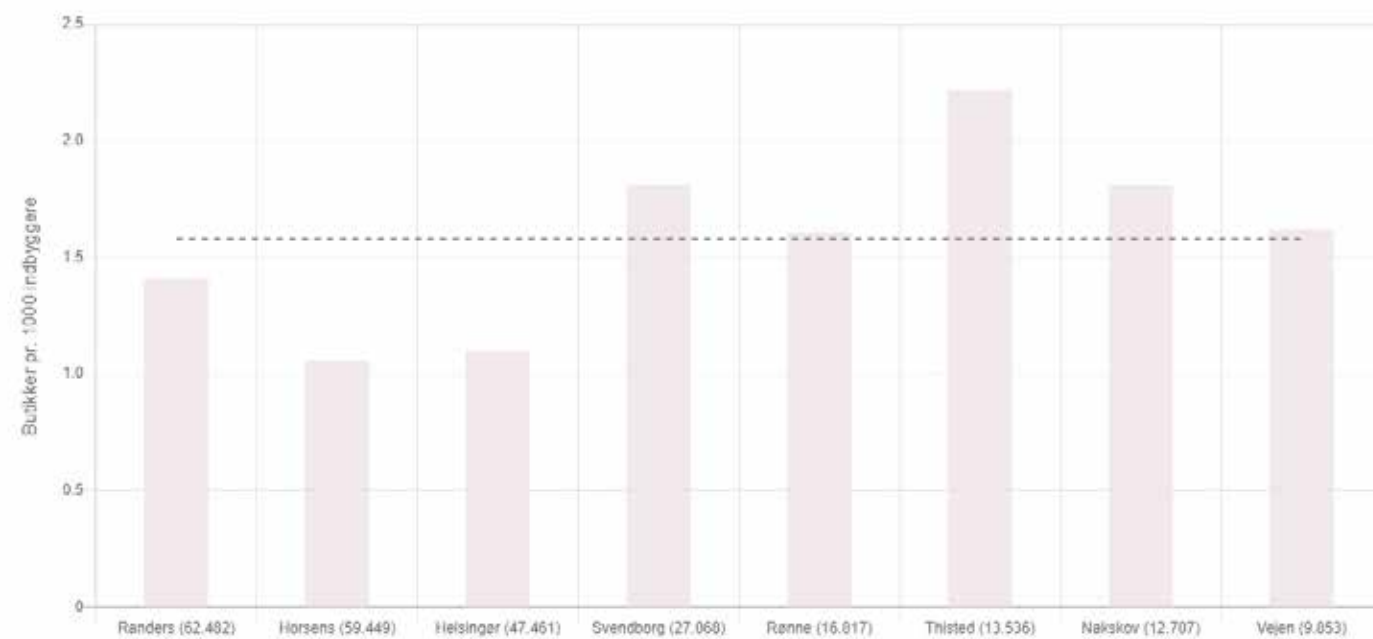
Boligudstyr



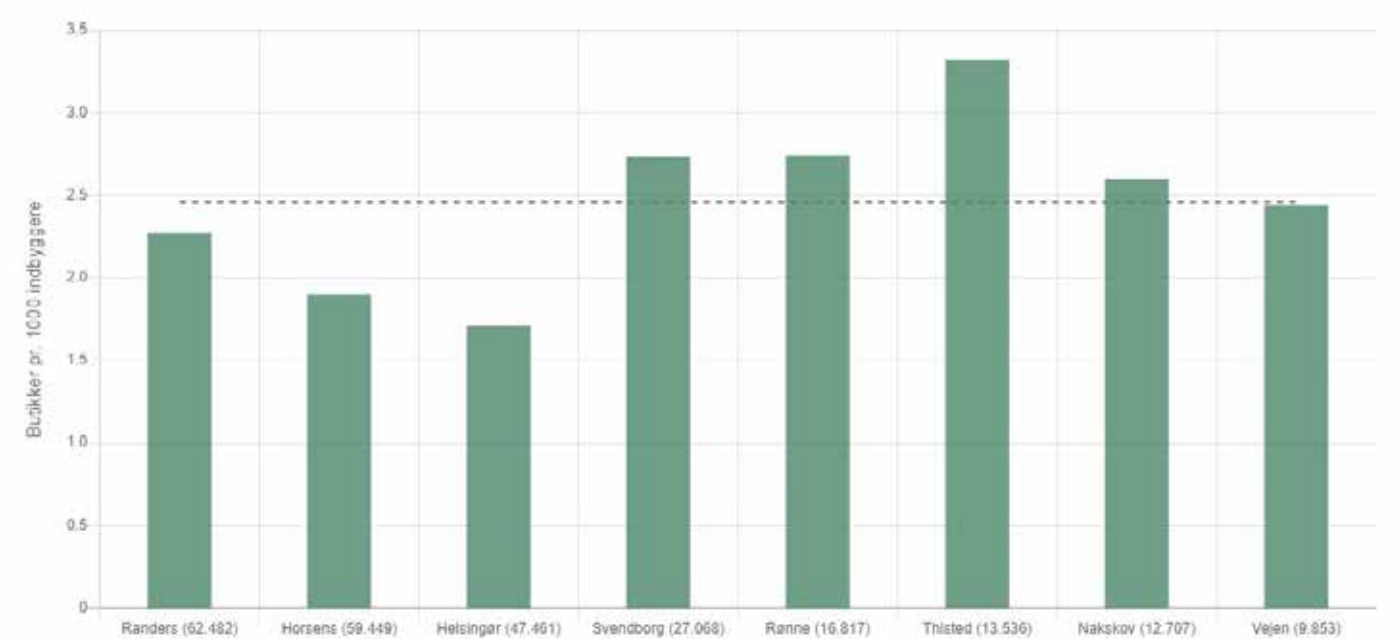
Bespisning



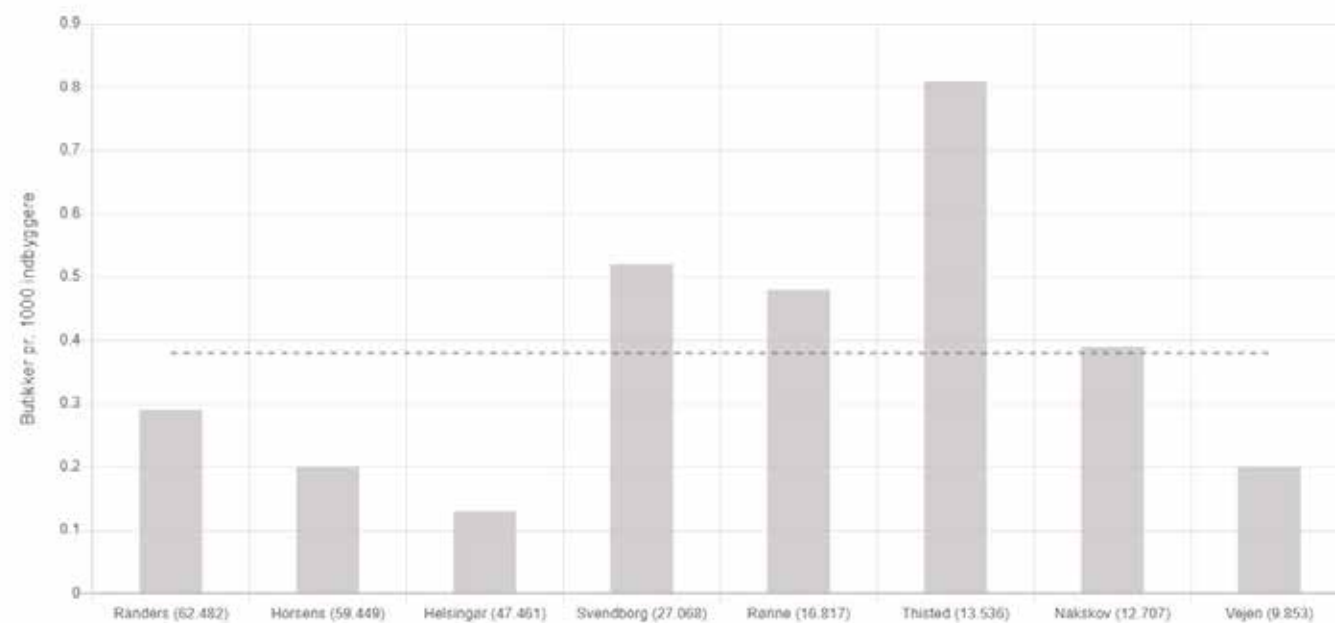
Øvrige Udvalgsvarer



Skønhed



Pladskrævende



Beklædning

