



Analysereport

Produktivitetsudviklingen i dansk
dagligvarehandel
med og uden planlov

November 2013

VIDEN TIL VÆR

Indholdsfortegnelse

Formål.....	3
Sammendrag	3
2.0 Prognosens forudsætninger	6
2.1. Afgrænsninger.....	6
2.2 Definitioner i prognosen.....	6
2.3 Samfundsmæssige rammebetingelser	7
2.4 Økonomiske forhold	7
2.5 Lovgivningsmæssige rammebetingelser.....	7
2.6 Private labels	9
2.7 Forbruget af dagligvareprodukter i Danmark.....	9
2.8 E handel.....	10
3.0 Prognoseresultater ved uændret planlov.....	11
4.0 Prognoseresultater ved liberalisering af planloven	21
5.0 Produktivitetsudviklingen i dansk dagligvarehandel.....	31
5.1 Perspektivering til svensk dagligvarehandel	31
5.2 Produktivitetsfremskrivning for dansk dagligvarehandel	32
5.3 Produktivitetsudviklingen ved uændret planlov.....	34
5.4 Produktivitetsudviklingen ved liberalisering af planloven	37

Retail Institute Scandinavia

Retail Institute Scandinavia A/S er en analyse- og konsulentvirksomhed med fokus på specialviden inden for:

- forbrugeradfærd og trends
- detailhandelsudvikling og best practise
- detailhandelsprognoser
- mærkevaresalg og branding
- city branding og byudvikling
- købekraftsegmentering

Den viden betyder, at Retail Institute Scandinavia er på forkant med udviklingen og dermed i stand til at analysere og rådgive med baggrund heri.

Retail Institute Scandinavia har et team af højt kvalificerede konsulenter, der hjælper detaillister, mærkevareproducenter og myndigheder med at skabe succesfulde vækststrategier.

Med vores unikke viden kan vi være en strategisk sparringspartner og en troværdig leverandør af markedsdata vedr. efterspørgsel og udbud.

Vi har gennem årene udarbejdet detailhandelsanalyser og handelsbalancer for adskillige kommuner samt udført beliggenhedsanalyser for mange kæder.

Vi har udført projekter for Erhvervs- & Selskabsstyrelsen samt Erhvervs- & Økonomiministeriet siden 1990'erne, blandt andet baseret på vor unikke viden fra dansk butiksregister, der kortlægger hele dagligvarebranchen.

Retail Institute Scandinavia råder over et globalt netværk af samarbejdspartnere, Ebelfoft Group, der som markedsanalytikere og detailhandelseksperter løbende indsamler og formidler viden om detailhandel i mere end 20 lande.

På www.retailinstitute.dk findes der yderligere information om vores unikke viden og kompetencer.

November 2013

Henning Bahr
Adm. direktør
Retail Institute Scandinavia A/S

Formål

Nærværende analyserapports formål er at foretage en analyse af produktiviteten i dansk dagligvarehandel frem til år 2023 under 2 alternative forudsætninger:

- Den nuværende planlov fastholdes uændret frem til år 2023
- Planloven liberaliseres i år 2015, således at det bliver muligt at etablere store dagligvarebutikker (hypermarkeder og superstores) uden arealbegrænsning

Vi har derfor for hvert af ovenstående 2 alternativer udarbejdet en prognose frem til år 2023 for butiksstrukturen i dansk dagligvarehandel, baseret på de sædvanlige anerkendte principper, som vore prognoser de sidste 30 år har været baseret på.

Med udgangspunkt i prognoserne redegøres der herefter for den produktivitetsudvikling, som dansk dagligvarehandel med stor sandsynlighed vil gennemgå i løbet af de kommende 10 år.

Sammendrag

Dansk dagligvarehandel har gennemgået en markant strukturudvikling siden krisens start. Discountbutikkerne – den mest produktive butikstype (målt på omsætning pr. arbejdstime) – har i løbet af de sidste 4 år øget markedsandelen betydeligt (fra 31,2 % til 39,3 %), hvilket har sikret en pæn produktivitetsstigning (4,4 %) i denne periode.

Ved uændret planlov frem til år 2023 forventer vi, at discountbutikkerne vil øge markedsandelen (til 43,6 i år 2023), samt at små supermarkeder og især nærbutikkerne bliver reduceret kraftigt i både antal og markedsandel.

Dagligvarebranchens samlede butiksanstal forventes i løbet af de næste 10 år at falde med 8 % til 2763 butikker, hvoraf de 1700 vil være discountbutikker. Det forventes endvidere, at 700 ud af 2400 kiosker vil lukke i løbet af de næste 10 år, svarende til et fald på 29 %.

Gennemsnitsomsætningen pr. dagligvarebutik, der i dag er 36,4 millioner kr. ekskl. moms, forventes i år 2023 at blive 41,6 millioner kr. ekskl. moms (i 2013-priser), svarende til en stigning på 14 %.

Vi får altså de næste 10 år en meget betydelig strukturudvikling, både fordi vi får mange flere discountbutikker, men også fordi 60 % af nærbutikkerne og 31 % af de små supermarkeder lukker.

Lukkelovens bortfald 1. oktober 2012 er en væsentlig forklaring på, at de mindre butikstyper har fået det endnu sværere end tidligere. Vi har således slet ikke set den fulde effekt af denne liberalisering endnu, idet forbrugeradfærden f.eks. i forhold til søndagsmarkedet er i rivende udvikling.

Baseret på vor prognose for de næste 10 år forventes produktiviteten i dagligvarehandelen (målt som omsætning pr. arbejdstime i 2013-priser) at stige med 9,5 % i perioden – alene på grund af strukturudviklingen.

Hvis de dagligvarekæder, der er internationalt ejede (Aldi, Lidl, Rema1000, samt Dagrofa) eller har butikker i udlandet (Dansk Supermarked) kan forbedre produktiviteten med 10 % i løbet af de næste 10 år, så vil produktivitetsstigningen blive 15,9 %.

Vi kan altså forvente, at dagligvarehandelens produktivitet frem til år 2023 vil stige betydeligt, således at vi nærmer os best practise niveauet for sammenlignelige lande i Europa.

Ved en planlovliberalisering, der medfører, at der fra år 2015 kan etableres meget store dagligvarebutikker (hypermarkeder og superstores) uden arealbegrænsning, forventer vi, at Bilka vil etablere flere hypermarkeder, men vi forventer ikke, at en udenlandsk hypermarkeds-kæde vil komme til Danmark.

Vi forventer slet ikke en voldsom vækst i antal hypermarkeder, da der ikke er marked rent geografisk og urbaniseringsmæssigt hertil, ligesom en stigende e-handel reducerer arealbehovet, men vi forventer en betydelig vækst i antallet af superstores, der vil tage markedsandele fra de store supermarkeder især, men også fra alle andre butikstyper.

I flere af de mellemstore byer, hvor nye hypermarkeder og superstores etablerer sig de kommende år, vil enkelte store supermarkeder kunne blive så presset på indtjeningen, at de enten må lukke helt eller konvertere til et lavprissupermarkedskoncept, alternativt en discountbutik. Det vil kunne medføre et forringet vareudvalg for forbrugerne i disse byer.

Dagligvarebranchens samlede butikantal vil blive yderligere reduceret, således at der i år 2023 kun er 2630 butikker, dvs. et fald på 13 % i forhold til i dag.

Gennemsnitsomsætningen pr. dagligvarebutik vil stige til 43,7 millioner i år 2023 (i 2013-priser) ekskl. moms, hvilket er en stigning på 20 %.

Baseret på denne prognose frem til år 2023 forventer vi en produktivitetstigning på mindst 8,5 %. Hvis superstores (som Føtex og Kvickly) får forbedret deres produktivitet i perioden, så er det realistisk, at produktiviteten vil stige med 12,7 % - dvs. lidt mere end den 9,5 % stigning, vi vil få med uændret planlov.

Hvis dagligvarebranchens internationale aktører i perioden kan forbedre deres produktivitet med 10 % - som følge af best practise kultur i virksomhederne - vil den samlede produktivitetstigning blive 18,1 %.

Produktivitetstigningen med og uden planlov

En liberalisering af planloven vil altså medføre en yderligere produktivitetstigning, der dog ikke er markant højere, end hvis planloven bevares.

Produktivitetskommissionen har i Analyserapport2 (maj 2013) advokeret for, at en liberalisering af planloven med stor sandsynlighed vil gøre det attraktivt for en udenlandsk hypermarkeds-kæde at etablere sig i Danmark.

McKinsey-rapporten fra 2010 opstillede også scenarie for, at der i så tilfælde ville blive etableret op til 15 nye hypermarkeder og op til 80 nye superstores, således at vi ville få en butiksstruktur som i Sverige, samt at dette ville sikre, at vi i Danmark når op best practise niveauet for 7 udvalgte europæiske lande.

Vi forventer ikke, at det er realistisk at få en så stor ændring i butiksstrukturen under nogen omstændigheder. Vi forventer 7 nye hypermarkeder og 38 nye superstores etableret i løbet af de næste 10 år, hvis planloven bliver liberaliseret - altså kun "det halve niveau".

Vi må endvidere konstatere, at en sammenligning mellem Danmark og Sverige ikke i tidligere offentliggjorte analyser (f.eks. McKinsey, 2010) har været baseret på de faktiske markedsforhold, der kan sammenfattes således:

- Vi har ikke for mange dagligvarebutikker i Danmark sammenlignet med Sverige (faktisk har en dansk dagligvarebutik 7 % flere indbyggere pr. butik i forhold til Sverige).
- Vi har stort set det samme antal hypermarkeder pr. indbygger som i Sverige (vi mangler kun 3 hypermarkeder for, at antal indbyggere pr. hypermarked skal være identisk).
- Vi har betydeligt færre superstores pr. indbygger, end man har i Sverige (vi mangler 80 superstores for at være på niveau med Sverige)

Til gengæld har vi i Danmark 6 discountkæder, der fortsat etablerer flere butikker og derved sikrer, at det mest produktive butikskoncept øger sin dominans.

2.0 Prognosens forudsætninger

2.1. Afgrænsninger

Prognosen tager sit principielle udgangspunkt i dagligvarer (primært nærings- og nydelsesmidler) samt dagligvareprægede udvalgsvarer.

Konkret betyder dette udgangspunkt, at omsætningstallene for Bilka hypermarkederne er korrigeret ned med 25 %, dækkende den nonfood-omsætning, der ikke sælges i øvrige dagligvarebutikker (f.eks. Bilkas byggemarkeder).

For de øvrige butikstyper har vi valgt ikke at søge at udskille nonfood-omsætningen.

Prognosen gælder for dagligvaresektoren, og ikke for detailhandel i al almindelighed (men der er dog nok nogle paralleller, der kunne have interesse i andre former for detailhandel). Prognosen for kolonialektoren beskæftiger sig udelukkende med den del af dagligvarehandelen, som formidles gennem kolonialektorens butiksnät. Andre former for handel med dagligvarer er ikke behandlet direkte – udover de bemærkninger, der er knyttet til opstillingen af forudsætninger.

Det bør dog bemærkes, at den traditionelle dagligvaresektor fra flere sider er udsat for omsætningsudhuling, dette gælder catering – og restaurationssektoren, det grå marked, homeshopping (Internet- og telefonbaseret) og grænsehandel.

Prognosen omfatter, for den del af dagligvareomsætningen, som formidles via kolonialektorens butiksnät, en prognose for antallet af detailbutikker fordelt på butikstyper samt en prognose for den enkelte butikstypes akkumulerede omsætning. Prognosen dækker Danmark, ekskl. Færøerne og Grønland.

Samtlige omsætningstal for perioden 2013 – 2023 er opgjort i faste 2013-priser, eksklusive moms.

De historiske omsætningstal for perioden 2002 – 2012, som findes i tabellerne under prognosegrafikkerne, er derimod periodens løbende priser, eksklusiv moms.

2.2 Definitioner i prognosen

Vi opgør som altid prognosens butiksanal og omsætningstal for kolonialektoren på butiksniveau, baseret på oplysningerne fra dansk butikregister.

Vi opdeler butikkerne i følgende typer:

- Hypermarkeder (mindst 5000 m² salgsareal)
- Superstores (2500 - 4999 m² salgsareal)
- Store supermarkeder (1000 – 2499 m² salgsareal)
- Små supermarkeder (400 – 999 m² salgsareal)
- Discountbutikker (de 6 discountkæders butikker)

Omsætningstal er eksklusiv moms opgjort 1. august 2013. Prognosens omsætningstal for 2018 og 2023 er i faste 2013-priser.

Markedsandele opgøres med udgangspunkt i butikstypeniveauet. Vi prognostiserer grundlæggende for hver enkelt kæde, hvilket munder ud i en vurdering af den enkelte kæde og dens udvikling. Disse vurderinger summeres derefter og anvendes som grundlag for de samlede butikstypevurderinger.

2.3 Samfundsmæssige rammebetingelser

De ydre rammer omkring dagligvaresektoren udgør de grundliggende forudsætninger for udviklingen i forbruget af dagligvarer (uanset om de købes som måltidskomponenter hos dagligvaredetaillister eller i forarbejdet form hos en cateringudbyder) og dermed for sektorens afsætning.

Vi forventer, at dagligvareforbruget vil få en positiv, beskeden vækst i prognoseperioden. Det vil være i kolonialektoren, at omsætningen stiger, mens den vil være stærkt faldende i kiosksektoren. Vore skøn er således (alle tal: 2013-priser, mio. kr. eksklusive moms).

Sektor	2013	2018	2023
Kolonialektoren	109.681	111.957	114.967
Kiosksektoren	11.921	10.490	9.537
Samlet	121.602	122.447	124.504

2.4 Økonomiske forhold

De skattemæssige forhold i det danske samfund, dels for privatpersoner og dels for virksomheder, ventes ikke at undergå markante ændringer i prognoseperioden.

Det er vores forventning, at den gennemsnitlige husstands forbrug af fødevarer, drikkevarer og tobak fortsat kun vil være svagt stigende i de kommende år som følge af lavere priser i dagligvaresektoren og et skift i forbruget i retning af catering- og restaurationssektoren.

Eventuelle lempelser/stramninger for virksomhederne forventes ikke at ville ændre nævneværdigt på virksomhedernes vilkår i forbindelse med forbrug/indkøb af dagligvarer. Dog har vi siden udarbejdelsen af den sidste prognose set et stigende antal virksomheder, der tilbyder deres medarbejdere at sørge for aftensmåltidet – produceret og leveret af virksomhedens cateringleverandør (uanset om dette er egen kantine eller en ekstern operatør).

2.5 Lovgivningsmæssige rammebetingelser

Der er to love af markant betydning for butiksstrukturens udvikling, dels lukkeloven og dels planloven.

Lukkeloven

Lukkeloven tillader med virkning fra 1. oktober 2012 alle butikker at holde åbent alle ugens dage. Lukkeloven er således ophævet og erstattet af en helligdagslovgivning. Alle dagligvarekæder udnytter disse nye muligheder samtidig med, at de også har udvidet åbningstiderne på hverdage betydeligt (ifølge beregninger fra Dansk handelsblad er antal åbningstimer udvidet med 14 %).

Planloven

Planloven er den lov, der regulerer, hvordan alle arealerne i Danmark bliver anvendt.

Planloven skal sikre, at den sammenfattende planlægning forener de samfundsmæssige interesser i arealanvendelsen og medvirker til at værne landets natur og miljø, så samfundsudviklingen kan ske på et bæredygtigt grundlag i respekt for menneskets livsvilkår og for bevarelsen af dyre og plantelivet.

Planlægningen skal især sikre, at

- der ud fra en planmæssig og samfundsøkonomisk helhedsvurdering sker en hensigtsmæssig udvikling i hele landet og i de enkelte regioner og kommuner,
- der skabes og bevares værdifulde bebyggelser, bymiljøer og landskaber,
- de åbne kyster fortsat udgør en væsentlig natur og landskabsressource,
- forurening af luft, vand og jord samt støjulempere forebygges, og
- offentligheden i videst muligt omfang inddrages i planlægningsarbejdet.

Der arbejdes med fire niveauer i planloven – hvert niveau har sin plan – et landsniveau, et regionsniveau, et kommuneniveau og et lokalt niveau.

Planlovens mål i relation til butikker er opdelt i tre:

- Fremme et varieret butiksudbud i mindre og mellemstore byer samt i de enkelte bydele i de større byer
- Sikre, at arealer til butiksformål udlægges, hvor der er god tilgængelighed for alle trafikanter, herunder især gående, cyklende og den kollektive trafik
- Fremme en samfundsmæssigt bæredygtig detailhandelsstruktur, hvor transportafstandene i forbindelse med indkøb er begrænsede

Selv om planlovens detailhandelsbestemmelser er blevet ændret en række gange fra 1997 og frem til i dag, er formålet fortsat det, der fremgår af ovenstående afsnit, og som blev fastsat ved revisionen i 1997 – altså at bevare livet i bymidterne.

I perioden fra 1997 og frem er der bl.a. sket en forøgelse af den fastsatte størrelse for såvel dagligvarebutikker som udvalgswarebutikker. I dag må dagligvarebutikkernes bruttoetageareal ikke overstige 3.500 m², mens udvalgswarebutikkernes bruttoetageareal som udgangspunkt ikke må overstige 2.000 m². Der er dog mulighed for i bymidten i byer med mere end 40.000 indbyggere at planlægge for et antal udvalgswarebutikker på mere end 2.000 m² i hver planperiode.

Herudover har der været ændret på reglerne for placeringen af de store udvalgswarebutikker. I en periode fra 2011 og frem til 2013, var det også muligt for en række byer at planlægge for store udvalgswarebutikker i de såkaldte aflastningsområder uden for byerne, hvis byen havde mere end 27.000 indbyggere. Denne bestemmelse er dog blevet "rullet tilbage", således at der nu alene kan planlægges for store udvalgswarebutikker i bymidten i byer med mere end 40.000 indbyggere og i aflastningsområder uden for landets 5 største byer.

En central målsætning med planloven er at sikre en fortsat lokalisering af butikker i tilknytning til byerne og med brug af eksisterende infrastruktur

2.6 Private labels

Private labels forventes fortsat at ville udvikle sig – en udvikling som gradvist vil minde om udviklingen, som den kendes fra England, men dette vil dog kun kunne ske, såfremt de enkelte detaillisters profiler skærpes betragteligt. Coops lancering af det fællesnordiske private label "x-tra" er en klar indikation af ambitionen om, at Coop selv vil repræsentere "det gode tilbud" i de enkelte kategorier. Hertil kommer satsningen på serien "Ånglemark" som det økologiske alternativ. Dansk Supermarkeds strategi er næsten identisk, men her er de enkelte private labels ikke koblet til hverken den enkelte kædes navn eller til gruppen, der står bag kæden.

Både Dagrofa-koncernen og Reitan har også udviklet private labels, der forventes at få en øget vækst og dække stadig flere kategorier.

2.7 Forbruget af dagligvareprodukter i Danmark

Dagligvareforbruget udgør en stadigt faldende andel af danskernes samlede privatforbrug – dels som konsekvens af, at flere danskere har større rådighedsbeløb, og dels som konsekvens af, at dele af husstandenes forbrug løses ved hjælp af catering- og restaurationssektoren.

Den danske husstands tid til dagligvareindkøb er ikke blevet større, hvorfor presset på at kunne gennemføre indkøbene hurtigt er vokset – og det er ønsket om at kunne håndtere flere indkøb samtidig også. Det er således vores forventning, at større supermarkeder og hypermarkeder yderligere vil udvide antallet af "shop-i-shop"-løsninger omfattende specialfødevarerbutikker (bager, slagter, fiskehandler m.fl.). Hertil kommer, at den samme gruppe af butikker også forventes at introducere forskellige "måltidsløsninger", enten i form af færdigvarer på køl og/eller i form af restaurationslignende koncepter.

Loyalitetsprogrammer er endnu ikke særlig udbredt i dagligvaresektoren – kun Coop arbejder med dette i form af COOP+. Det er dog vores forventning, at vi i prognoseperioden vil se Coop udvikle den eksisterende medlemsbase, ligesom vi forventer, at andre aktører vil blive aktive på dette område. Coops "coop.dk – hele Danmarks webvarehus" er dog allerede etableret til salg af nonfood til medlemmer og indebærer levering til den lokale butik. Det er interessant at notere, at coop.dk ikke blot har udvidet sit sortiment i den forgangne prognoseperiode, men også har store forventninger til fremtiden.

Dansk Supermarked opruster også onlinesalget af nonfood via bilka.dk, der omfatter "Klik & Hent" i Føtex og Netto-butikker (Swipbox).

Effekten af grænsehandelen skønnes at ville aftage over (lang) tid – fordi afgifts- og moms niveauerne gradvist harmoniseres i overensstemmelse med niveauerne i vore nabolande, men i prognoseperioden ventes der ikke de store ændringer.

Danmark-Tyskland – der vil fortsat være en overvægt af danske indkøb i Tyskland
Danmark-Sverige – der vil fortsat være en overvægt af svenske indkøb i Danmark
Danmark-Norge – der vil fortsat være en overvægt af norske indkøb i Danmark

De ikke detailhandelsbaserede indkøb af dagligvarer, som f.eks. stalddørssalg, skønnes ikke at udvikle sig omsætningsmæssigt markant i perioden. Antallet af gårdbutikker er dog steget betydeligt de senere år, således opgør Danmarks Statistik antallet af gårdbutikker til 1855 i år 2010, mod 1214 i år 2007.

Andre ikke-butikskanaler spiller kun en ganske lille rolle, og i takt med at bekymringerne om fødevarerikkerhed stiger, forventer vi, at dette marked vil få svært ved at udvikle sig yderligere.

2.8 E-handel

Vi forventer i prognoseperioden at se flere internet-baserede koncepter, der enten er rettet mod homeshopping, eller mod work-shopping som nye og alternative kanaler. Dette indebærer blandt andet, at eksisterende internet-koncepter gøres landsdækkende, samt at flere specialiserede koncepter som fx. Årstiderne vil kunne udnytte mulighederne for den "homeshopping-baserede specialvarebutik".

Coops medlemsbutik på Internettet, coop.dk, er en anden udvikling, som vi forventer fortsat og udvidet. Senest er sortimentet udvidet til også at omfatte forskellige kasser med bl.a. økologisk grønt – dog stadig med levering til forbrugerne via Coops butikker. Der er endnu ikke åbnet for bestilling og levering direkte til forbrugerens dør, som fx. engelske TESCO gør det.

Status her ultimo 2013 er, at "pureplayers" kun har 500-600 millioner i omsætning tilsammen, når vi taler om e-handel af fødevarer (f.eks. Årstiderne, Nemlig.com etc.).

Det er sandsynligt, at de får en pæn vækst de næste 10 år, måske til et niveau omkring 2 mia. kr. i år 2023.

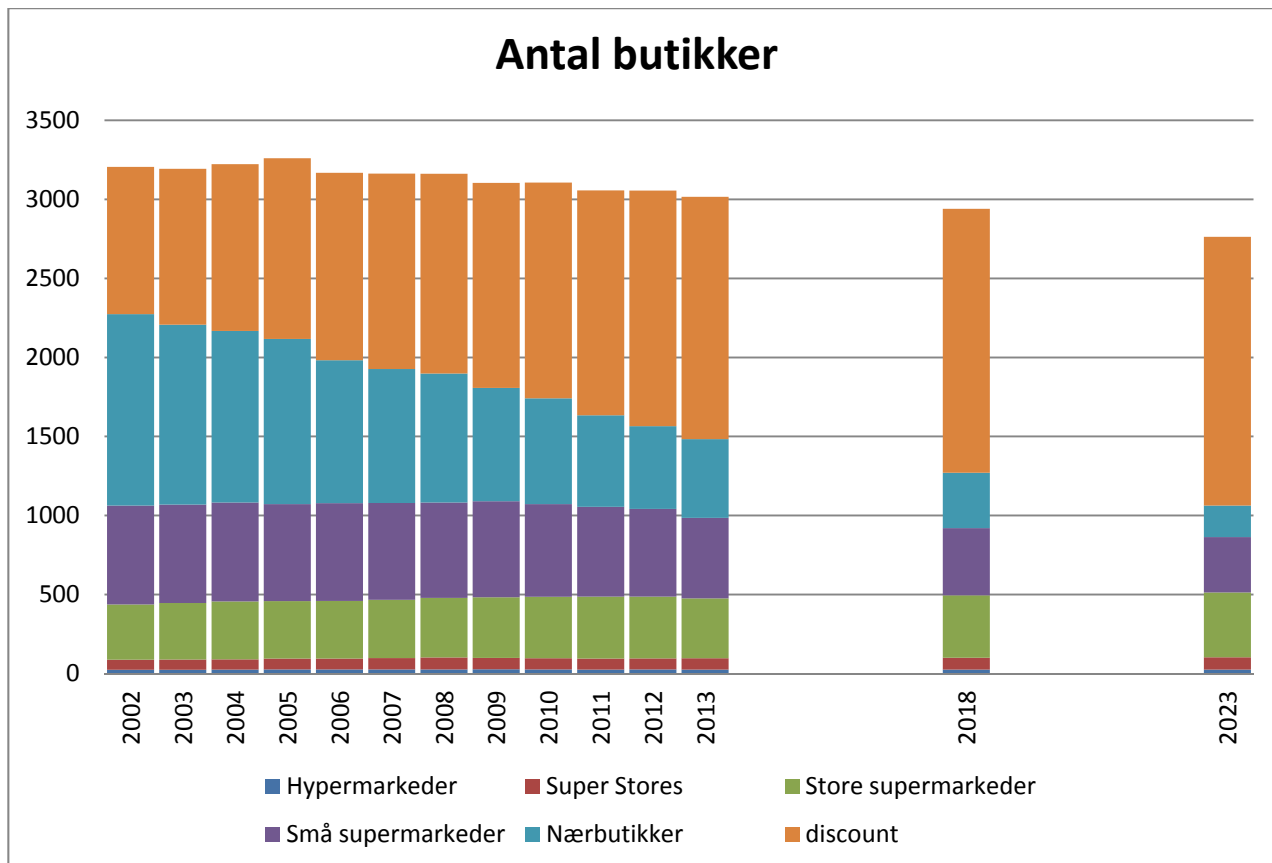
Når vi taler om dagligvarekæderne/-koncernerne, så er Irma og SuperBest aktive med e-handel, mens vi fortsat venter på Coop og Dansk Supermarked, der er reaktive, når det gælder e-handel med fødevarer.

Coop har dog, via Kvickly og SuperBrugsen, et samarbejde med Osuma.dk, der leverer dagligvarerne til forbrugeren.

Det er muligt, at de store bliver mere aktive i prognoseperioden, i det mindste med "click and collect" – løsninger, men noget voldsomt omfang vil vi næppe opleve. Den omsætning, de måtte få på denne måde, har vi indregnet i prognosens tal for de fysiske butikker.

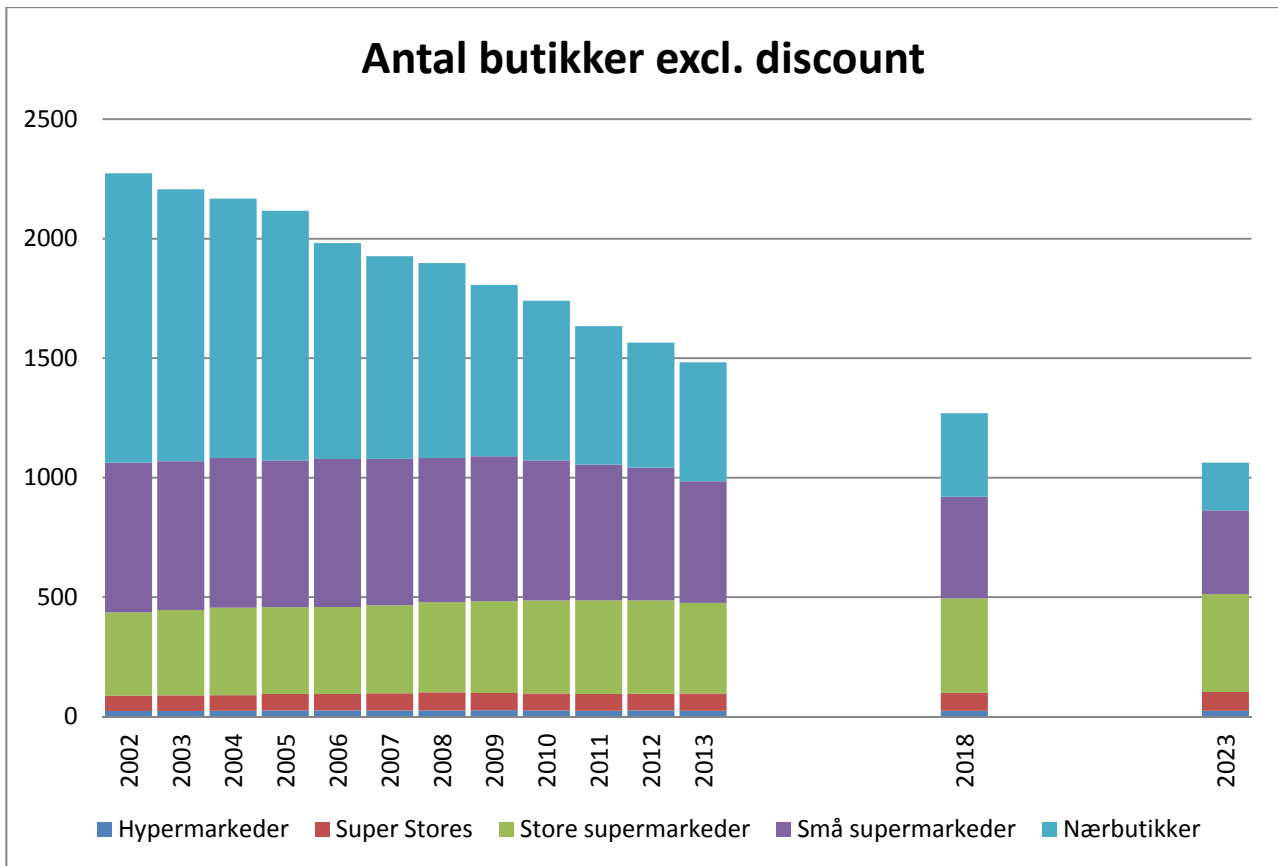
3.0 Prognoseresultater ved uændret planlov

Prognosen i dette kapitel har som forudsætning, at den nuværende planlov fastholdes uændret frem til år 2023. På de følgende sider fremgår prognosens resultater opdelt på butikstyper.



Antal	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	24	24	25	26	26	26	26	27	26	25	26	25	25	25
Super Stores	64	65	65	69	69	72	76	72	71	70	70	72	75	78
Store supermarkeder	349	357	366	363	364	368	377	384	389	392	391	379	395	410
Små supermarkeder	626	623	626	614	619	613	603	607	586	568	555	509	425	350
Nærbutikker	1.211	1.138	1.086	1.045	904	848	816	717	669	579	523	498	350	200
Discount	932	986	1.055	1.143	1.186	1.236	1.264	1.297	1.365	1.423	1.491	1.533	1.670	1.700
Butikker i alt	3.206	3.193	3.223	3.260	3.168	3.163	3.162	3.104	3.106	3.057	3.056	3.016	2.940	2.763

Selvom vi de sidste 10 år har fået lidt færre butikker i kolonialektoren, har vi fortsat godt 3.000 butikker at handle i. Dette sikrer et fintmasket butiksnet - også i Udkantsdanmark - og skyldes naturligvis, at de 6 discountkæder også etablerer sig i og udenfor stationsbyer, havnebyer etc. i hele landet. I løbet af de næste 10 år forventes butiksantallet i kolonialektoren dog at falde med 8 %. Det bliver fortsat især nærbutikker, men også små supermarkeder, der må lukke (vi forventer herudover, at 900 kiosker må lukke i løbet af de næste 10 år). Det samlede antal discountbutikker forventes nu "kun" at stige til 1700 i år 2023, hvilket er en kraftig nedjustering af sidste års prognose. Årsagerne hertil er flere: det bliver vanskeligere for kæderne at få de tilladelser fra kommunerne, de før fik uden problemer, f.eks. til trafikbeliggenheder udenfor byen. Lukkelovens bortfald har medført, at f.eks. Fakta har oplevet omsætningsfald. Flere kæder må også forventes at skulle lukke urentable butikker, hvilket f.eks. Aldi allerede har annonceret.

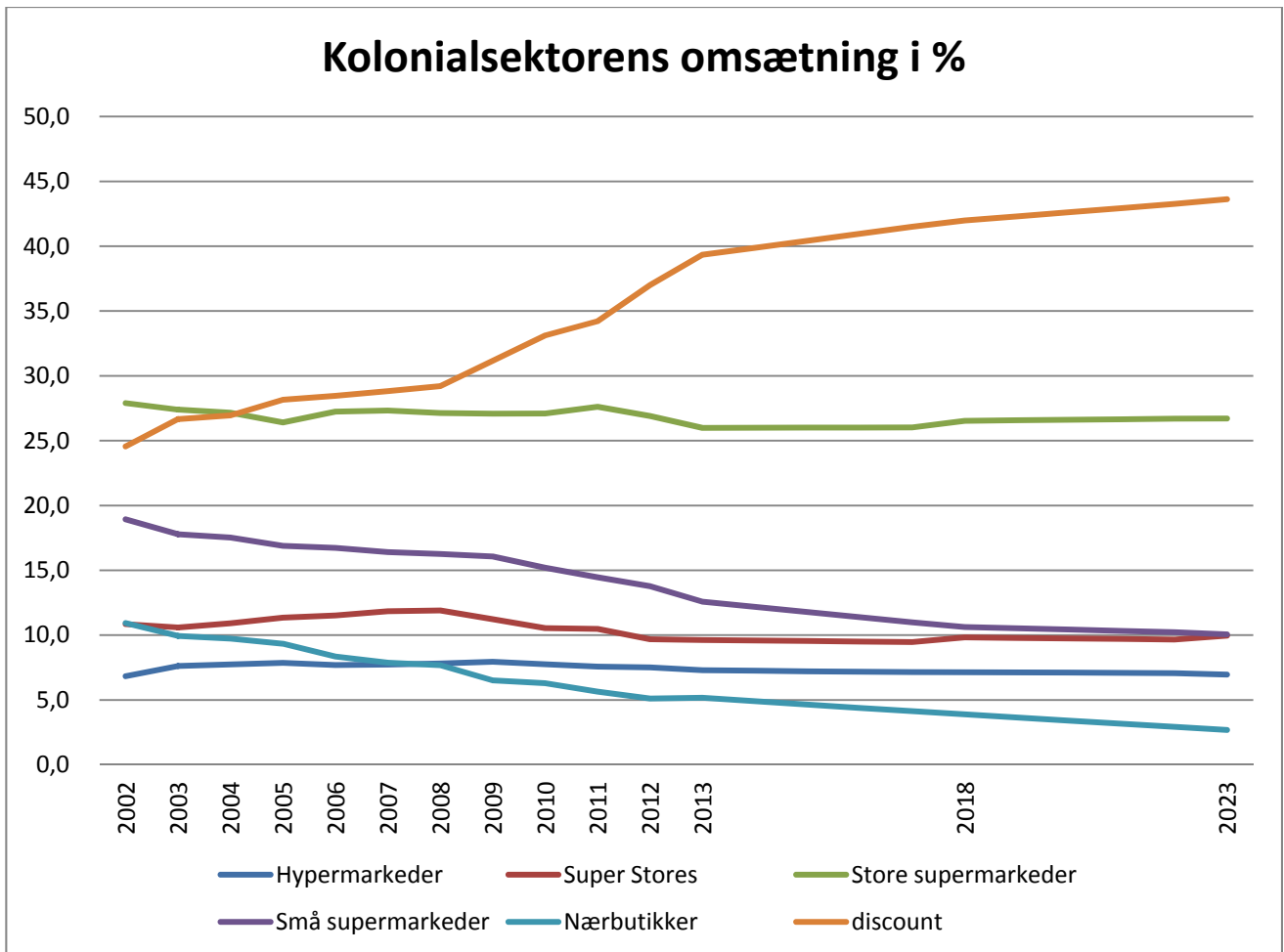


Antal ex. discount	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	24	24	25	26	26	26	26	27	26	25	26	25	25	25
Super Stores	64	65	65	69	69	72	76	72	71	70	70	72	75	78
Store supermarkeder	349	357	366	363	364	368	377	384	389	392	391	379	395	410
Små supermarkeder	626	623	626	614	619	613	603	607	586	568	555	509	425	350
Nærbutikker	1211	1138	1086	1045	904	848	816	717	669	579	523	498	350	200

Lukkelovens bortfald 1. oktober 2012 vil medføre en høj grad af butiksdød blandt især nærbutikkerne, idet 60 % af dem vil lukke i løbet af de næste 10 år.

31% af de små supermarkeder vil også lukke frem til 2023, især som følge af discountudviklingen.

Vi forventer blandt superstores og store supermarkeder, at især Føtex får fornyet styrke, men også at Kvickly får etableret nye attraktive butikker. De forventes at forstærke deres fødevarerprofil samt at afgrænse deres nonfood-kategorier tydeligt.



Markedsandele	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	7,1	7,0
Super Stores	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	9,8	10,0
Store supermarkeder	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	26,5	26,7
Små supermarkeder	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,6	10,1
Nærbutikker	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,9	2,7
Discount	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	42,0	43,6

Vi forventer, at discountkædernes markedsandel frem til 2023 stiger til 43,6 %, hvilket er en vækst på mere end 4 % -point.

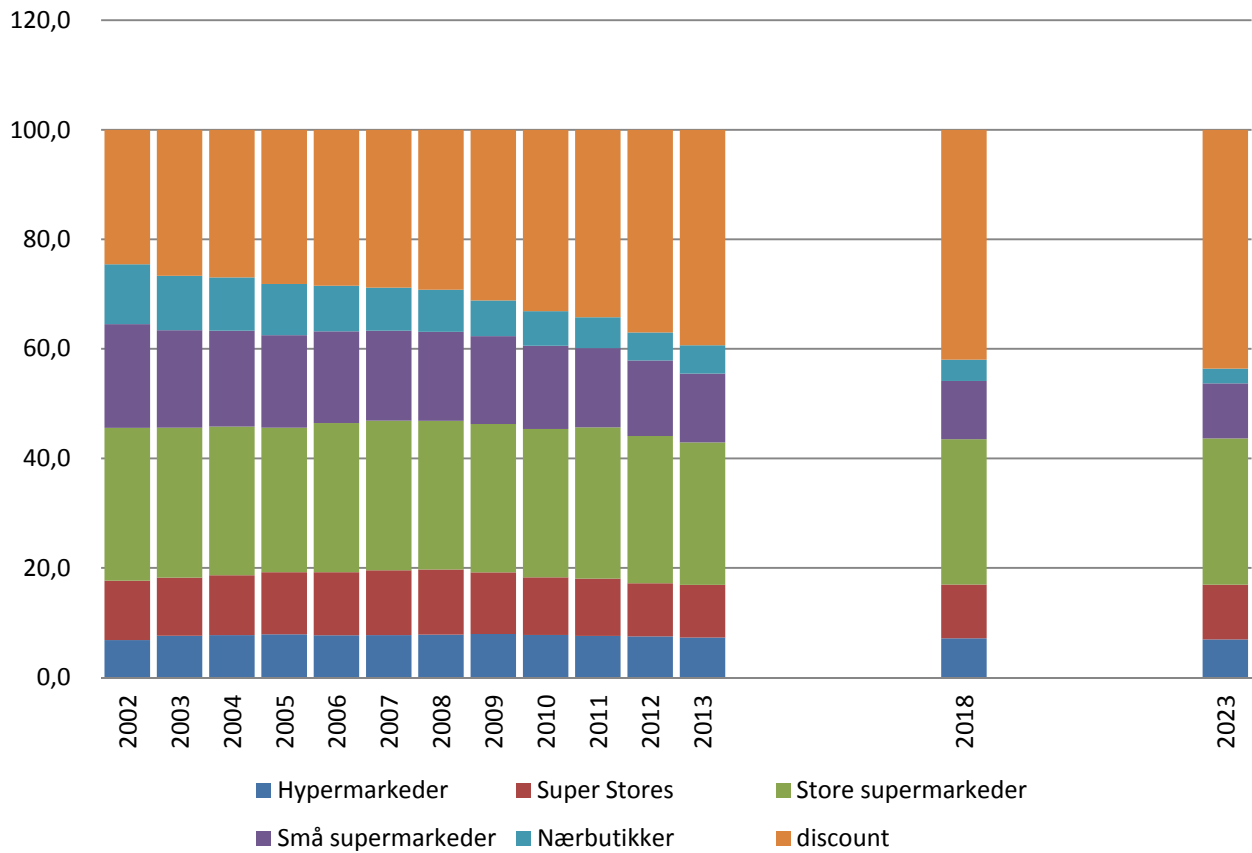
Det er en markedsandel på niveau med situationen i Tyskland, og spørgsmålet er, om det er det modenhedsniveau, som butikstypen vil kulminere på.

Det er nærbutikkerne og de små supermarkeder, der taber markedsandele i perioden, mens øvrige butikstyper holder niveauet.

Markedsandelene for perioden 2013 – 2023 er beregnet baseret på kolonialsektorens omsætning, der i perioden stiger fra 109,7 mia.kr i 2013 til 115,0 mia. kr. i 2023 (i 2013-priser).

Gennemsnitsomsætningen pr. dagligvarebutik er i 2013 36,4 mio. kr. stigende til 41,6 mio. kr. i 2023 (i 2013-priser), dvs. en vækst på 14 %.

Kolonialsektorens omsætning i %



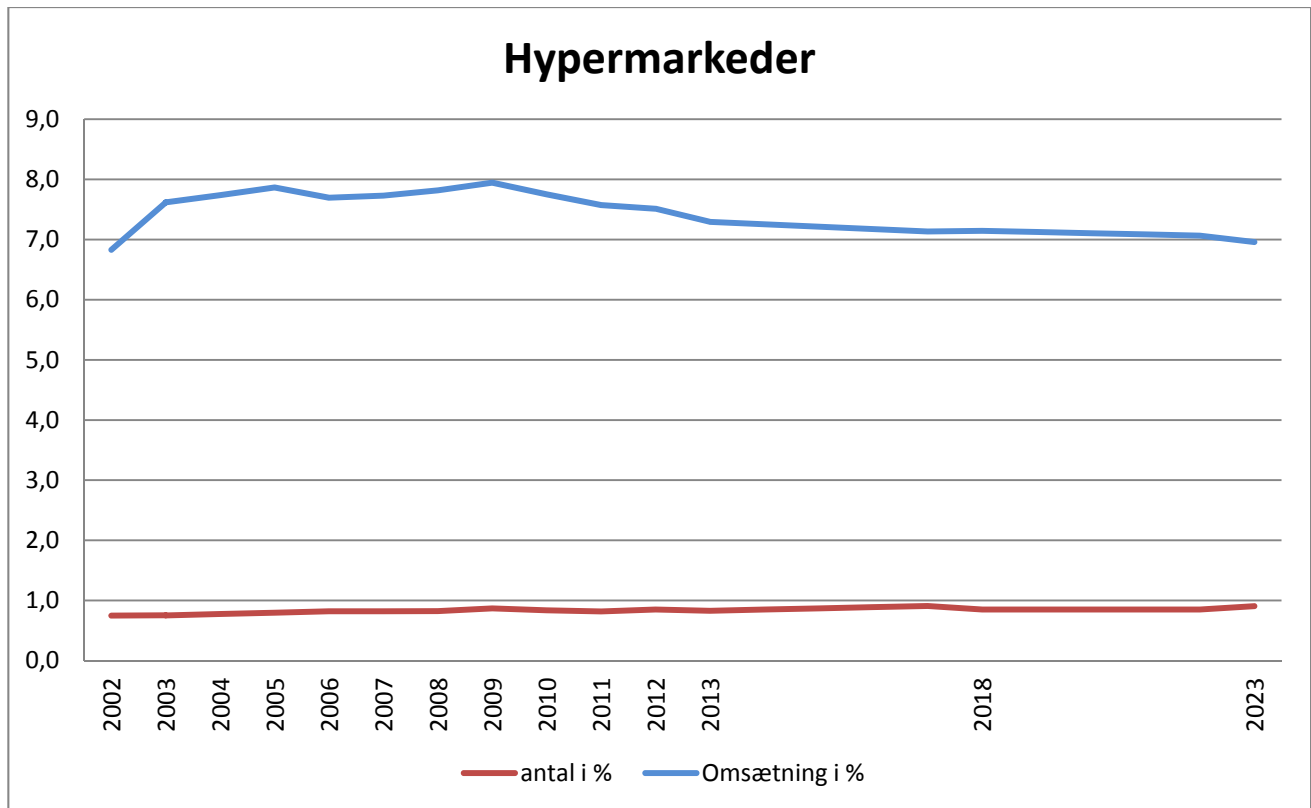
Markedsandele	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	7,1	7,0
Super Stores	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	9,8	10,0
Store supermarkeder	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	26,5	26,7
Små supermarkeder	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,6	10,1
Nærbutikker	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,9	2,7
Discount	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	42,0	43,6

De små supermarkeder har med kun 12,6 % af omsætningen i 2013 allerede vanskelige markedsvilkår, hvilket både Spar og DagliBrugsen skal forholde sig til.

Spar-kæden er ved at omlægge fra 4 til 2 kædeformater, som kun udvalgte butikker skal med i, mens øvrige skal i en ny kæde, "Min Købmand", eller i en kiosklignende kæde.

DagliBrugsen planlægger at nedkonvertere en lang række butikker til LokalBrugsen for at tilpasse butiksdriften til de lokale markedsmuligheder.

Det er helt klart nødvendige tiltag, der kan øge overlevelseschancerne på kort sigt, men på lang sigt vil en lang række af disse butikker næppe kunne overleve som kolonialbutik.



Hypermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
antal i %	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9
Omsætning i %	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	7,1	7,0

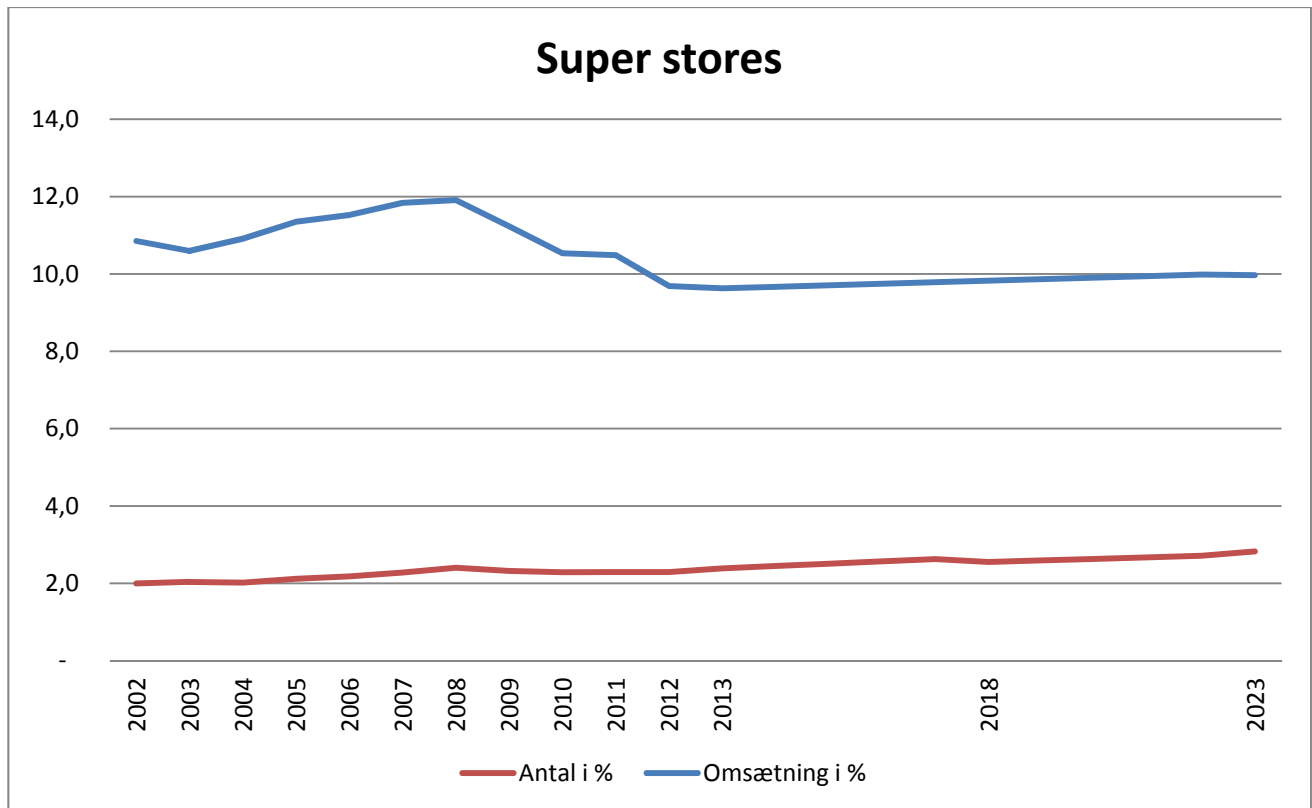
Hypermarkederne har ikke været den succes de sidste 10 år – og slet ikke siden 2008 – som de var i årtierne inden.

Overalt i Europa forsøger hypermarkederne at genopfinde sig selv, f.eks. forsøgte Carrefour at opdele hypermarkedet i 8 deluniverser for at tydeliggøre, hvad man satsede på, samt at appellere bedre til kvinderne. Dette virkede tilsyneladende ikke optimalt, så planerne om implementering i alle hypermarkederne blev stillet i bero. Derfor er downsizing af det samlede salgsareal samt udlejning til tredjepart af salgsarealer sandsynligvis en mere realistisk vej til fornyelse af denne butikstype, der også er ramt af den stigende e-handel på nonfood.

I Danmark er planloven i 2013 blevet præciseret og "rullet tilbage", således at den liberalisering, der blev gennemført i 2011 på detailhandelsbestemmelserne, nu er ophævet.

Det betyder, at med lovændringen i foråret 2013 genindførtes de muligheder for at planlægge for store udvalgswarebutikker, som var gældende inden lovændringen i 2011. Baggrunden for "tilbagerulningen" var bl.a., at Miljøministeriets Redegørelse om Detailhandelsplanlægning viste, at udvidelser af eksterne aflastningsområder og placering af store udvalgswarebutikker uden for bymidterne påvirker detailhandlen negativt i landdistrikterne og i de små og mellemstore byer og øger koncentrationen af detailhandelen i de største byer.

På den baggrund vedtog Folketinget i foråret 2013 de nugældende regler, der betyder, at der fremover kun kan planlægges for store udvalgswarebutikker på over 2.000 m² i bymidten i byer med mere end 40.000 indbyggere og i udpegede aflastningsområder i hovedstadsområdet, Aarhus, Odense, Aalborg og Esbjerg.



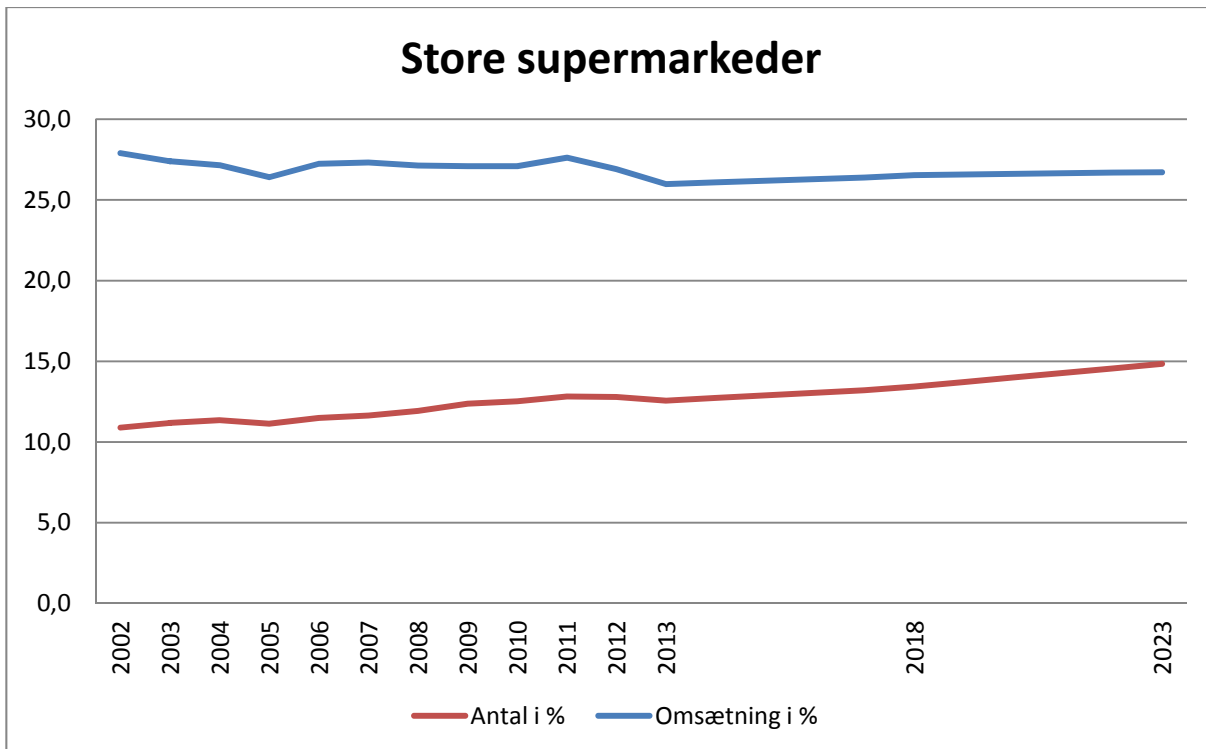
Super Stores	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	2,6	2,8
Omsætning i %	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	9,8	10,0

Superstores, dvs. butikker med et salgsareal mellem 2500 og 5000 m², har begrænsede muligheder for nyetableringer af store butiksenheder under den nuværende planlov, hvor bruttoarealgrænsen er 3.500 m² (3700 m² inklusiv personaleareal).

Samtidig kæmper både Føtex og Kvickly med at produktudvikle fødevareriden og især nonfood-siden, så de fremstår som det mest relevante tilbud til familien Danmark.

Det kræver moderniseringer, dvs. investeringer, som især Dansk Supermarked har mulighed for at gennemføre.

Det forventes, at der kun etableres 6 nye superstores frem til 2023, samt at markedsandelen kan fastholdes på det nuværende niveau.



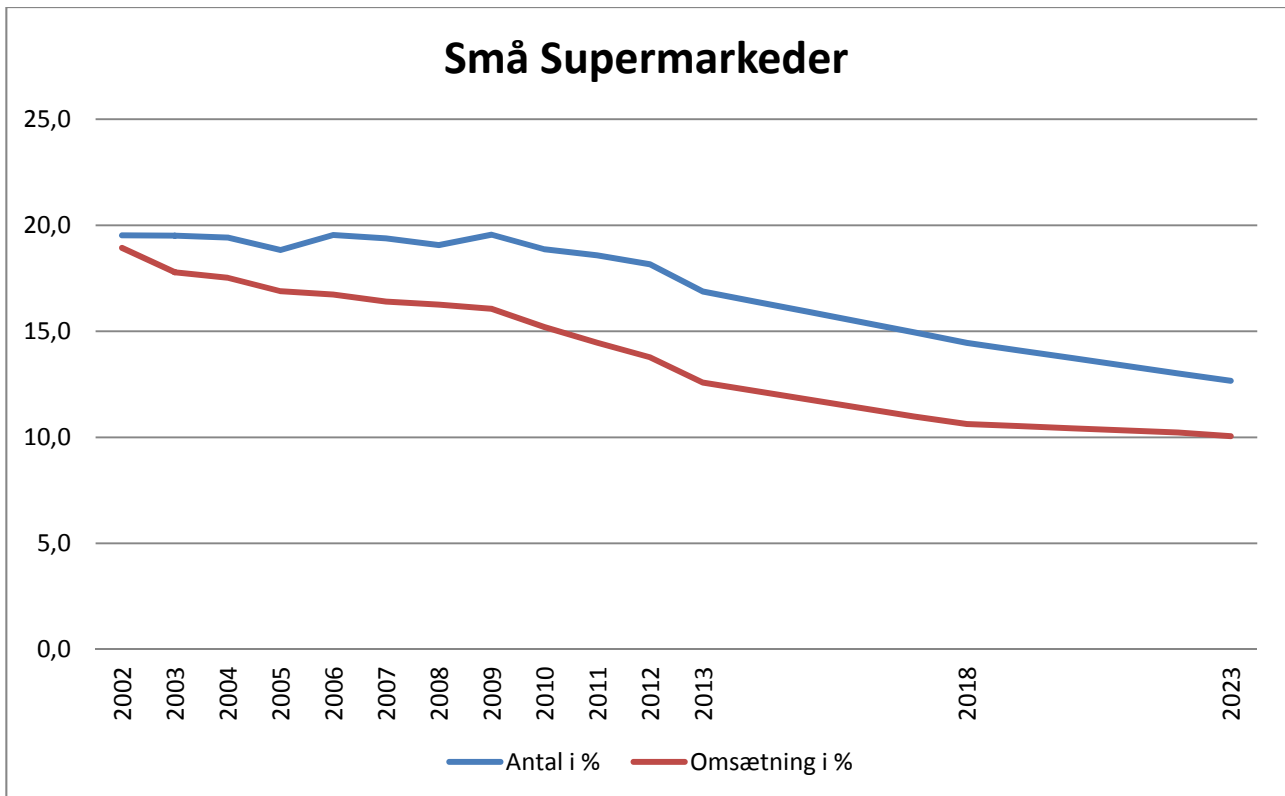
Store supermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	10,9	11,2	11,4	11,1	11,5	11,6	11,9	12,4	12,5	12,8	12,8	12,6	13,4	14,8
Omsætning i %	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	26,5	26,7

Udfordringen for de store supermarkeder er at videreudvikle kædekoncepterne, så butikkerne opleves som de mest inspirerende fødevarer specialister, der samtidig giver tilstrækkelig værdi for pengene.

I foråret 2013 blev mange SuperBest butikker konverteret til Euro Spar-butikker. SuperBest-kæden vil derfor fremover - i endnu højere grad end tidligere - kunne fremstå som en højprofileret homogen kæde, der kan være med til at iscenesætte det gode købmændskab og varekundskabet på en unik måde.

Også Super-Brugsens nye 2015-koncept, der medfører, at alle butikkerne skal moderniseres inden udgangen af 2015, kan give et kvalitetsløft, som forbrugerne vil synes om.

De store supermarkeder forventes dog ikke at vinde markedsandele, fordi discountkæderne fortsat vinder frem og udvider friskvaresortimentet.



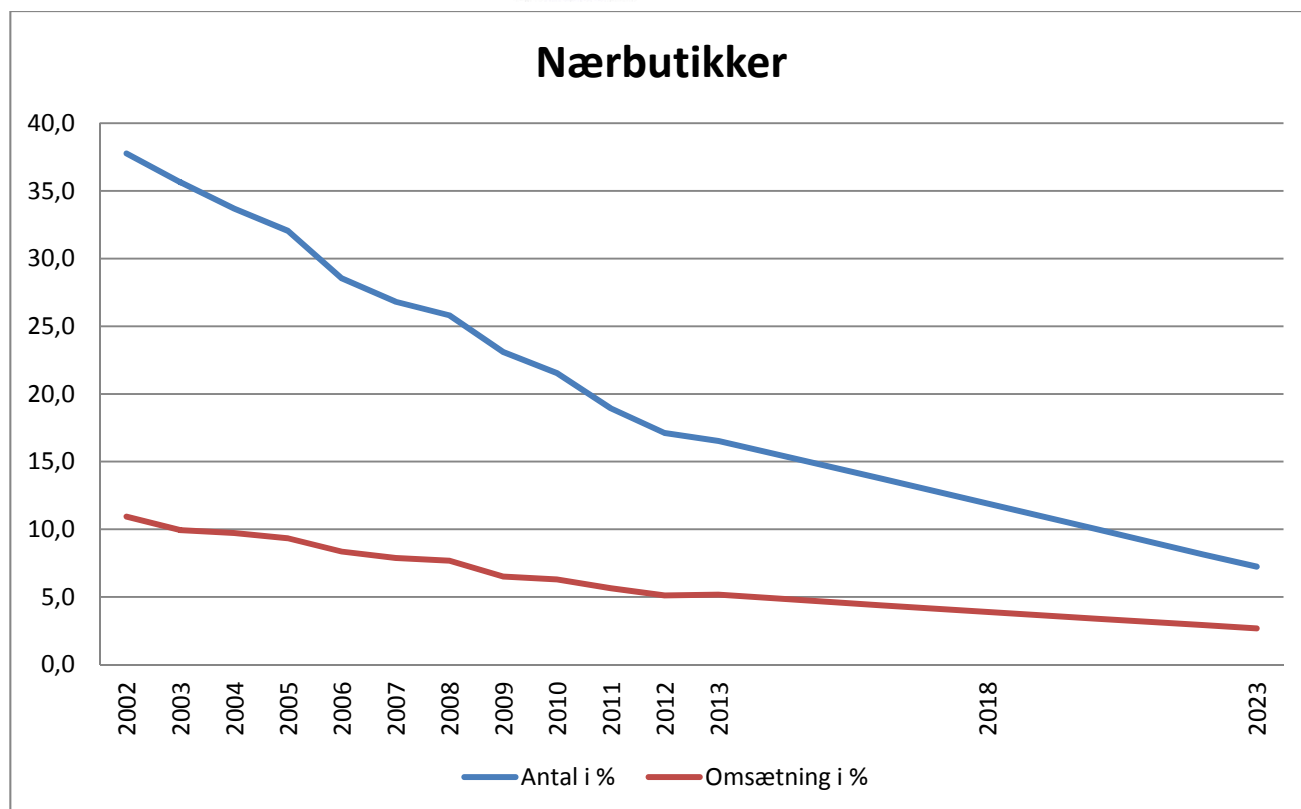
Små supermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	19,5	19,5	19,4	18,8	19,5	19,4	19,1	19,6	18,9	18,6	18,2	16,9	14,5	12,7
Omsætning i %	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,6	10,1

I modsætning til de store supermarkeder, så forventes de små supermarkeder af økonomiske og kædeprofilmæssige årsager ikke at ville udvide med specialfødevare-butiksfunktioner.

De må konkurrere på den lokale forankring og markedstilpasning under vilkår, hvor de bliver presset både oppefra af de store supermarkeder og nedefra af discountbutikkerne.

EuroSpar-kæden kan dog være med til at forbedre situationen, hvis man får produktudviklet kæden efter tilgangen af SuperBest-butikkerne i foråret 2013.

Det bliver her centralt at få lavet et rationelt supermarkedskoncept, der med lavest mulige lønomkostninger kan tage kampen op mod discountkæderne.



Nærbutikker	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	37,8	35,6	33,7	32,1	28,5	26,8	25,8	23,1	21,5	18,9	17,1	16,5	11,9	7,2
Omsætning i %	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,9	2,7

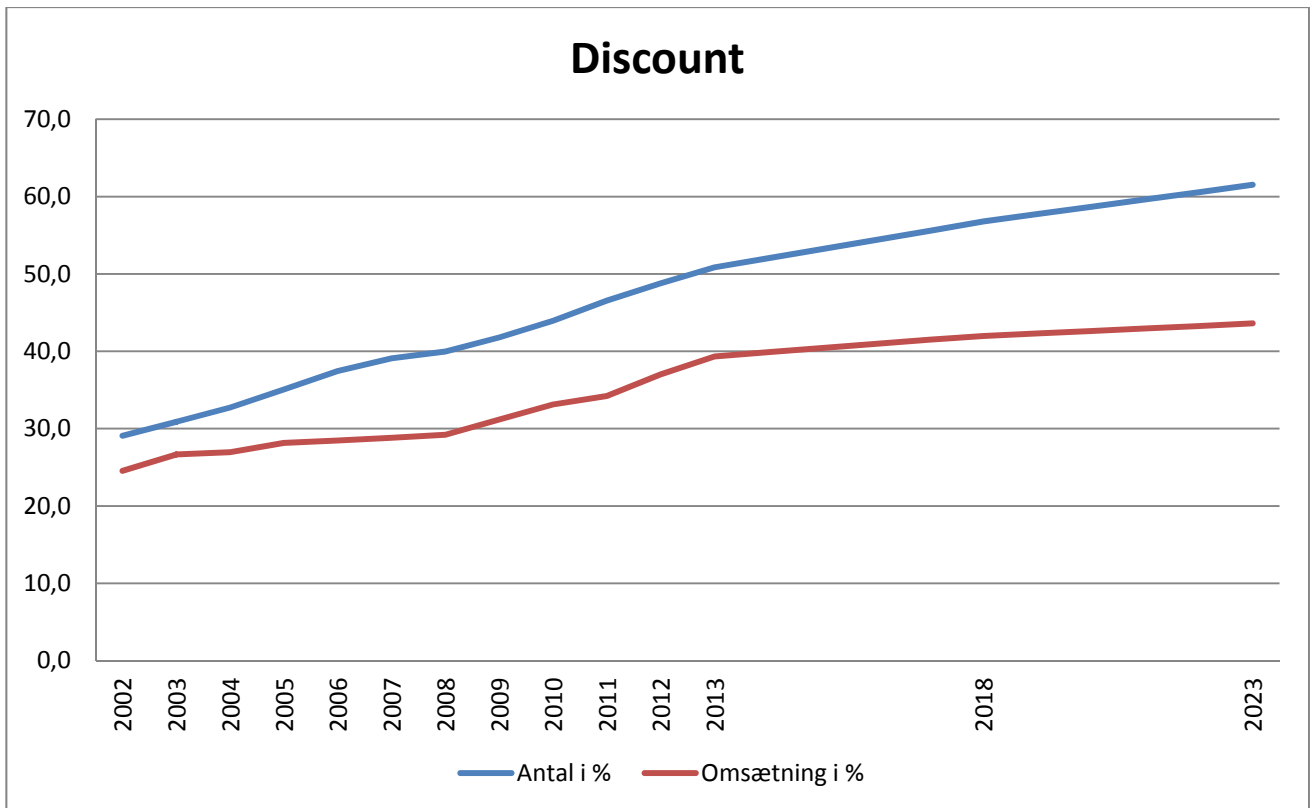
Butiksdøden vil fortsat hærgne i denne butikstype – ikke mindst fordi lukkeloven nu er ophævet.

Discountbutikkernes vækst betyder "billedlig talt" typisk, at hvis der i en mindre by er 2 nærbutikker, så lukker den ene af dem, når der kommer en (ekstra) discountbutik, der tager alle børnefamilierne som kunder.

DagliBrugsen står dog stærkt rustet, fordi de fleste butikkers standard er ganske høj samtidig med, at det vil være muligt af "nedkonvertere" til LokalBrugsen.

Mange nærbutikker kan også via bake-off og relevante lokale sortimenter forny sig og overleve længere.

Men at generationsskifte en nærbutik vil blive meget vanskeligt, med mindre beliggenheden er perfekt.



Discount	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	29,1	30,9	32,7	35,1	37,4	39,1	40,0	41,8	43,9	46,5	48,8	50,9	56,8	61,5
Omsætning i %	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	42,0	43,6

6 discountkæder kæmper for at vinde markedsandele. Der etableres mange store butikker, især er trafikbeliggenheder i høj kurs. Men mange kommuner ønsker fremover at koncentrere dagligvarebutikkerne i bymidten.

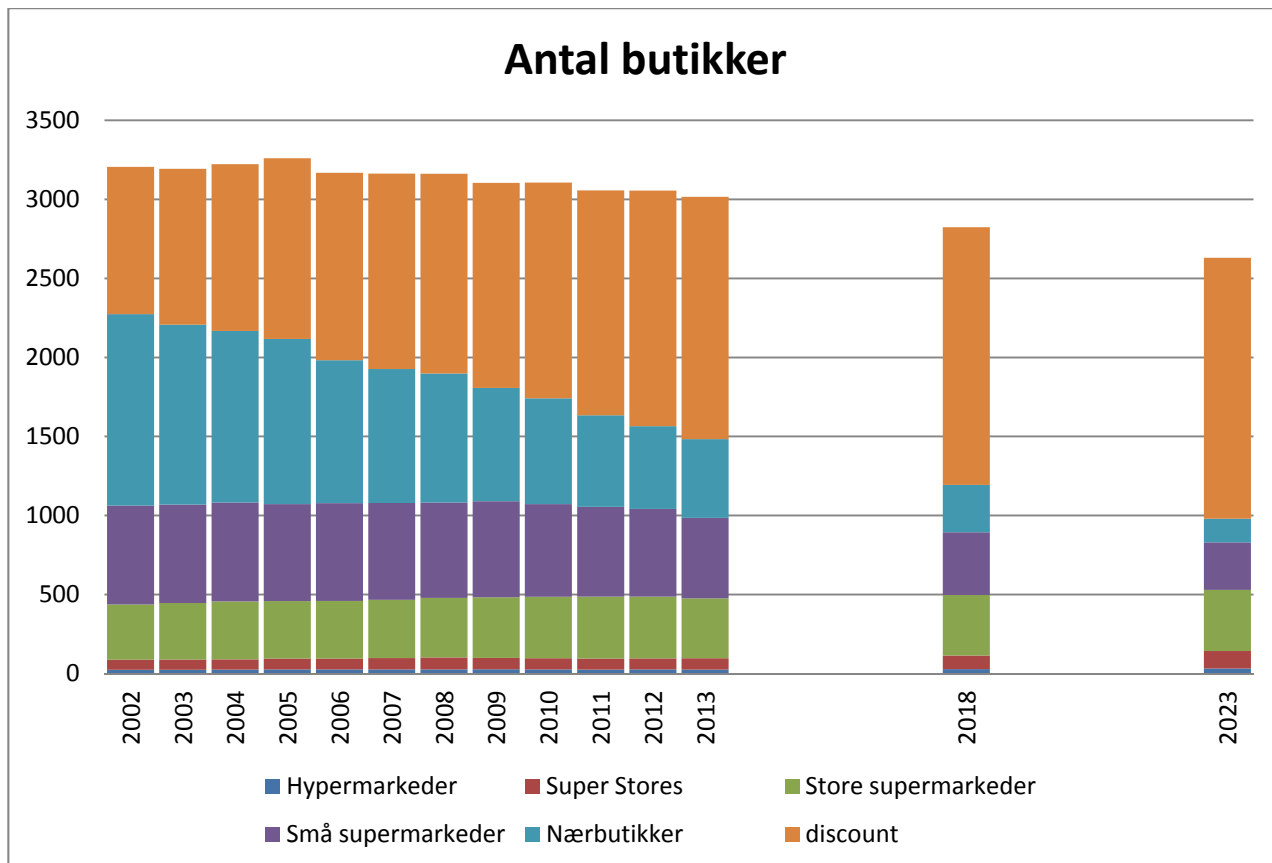
Både Netto og Fakta vil også have mange flere mindre butikker med convenience-elementer: DøgnNetto og FaktaQ.

De 6 kæder kommer dog i stigende grad til at konkurrere indbyrdes de næste år, så nye discountbutikker kan ikke umiddelbart forvente at nå omsætningsbudgettet uden kamp til stregen.

Vi har i prognosen vurderet, at der især efter år 2018 vil være butiksdød også blandt discountkæderne på grund af overetablering.

4.0 Prognoseresultater ved liberalisering af planloven

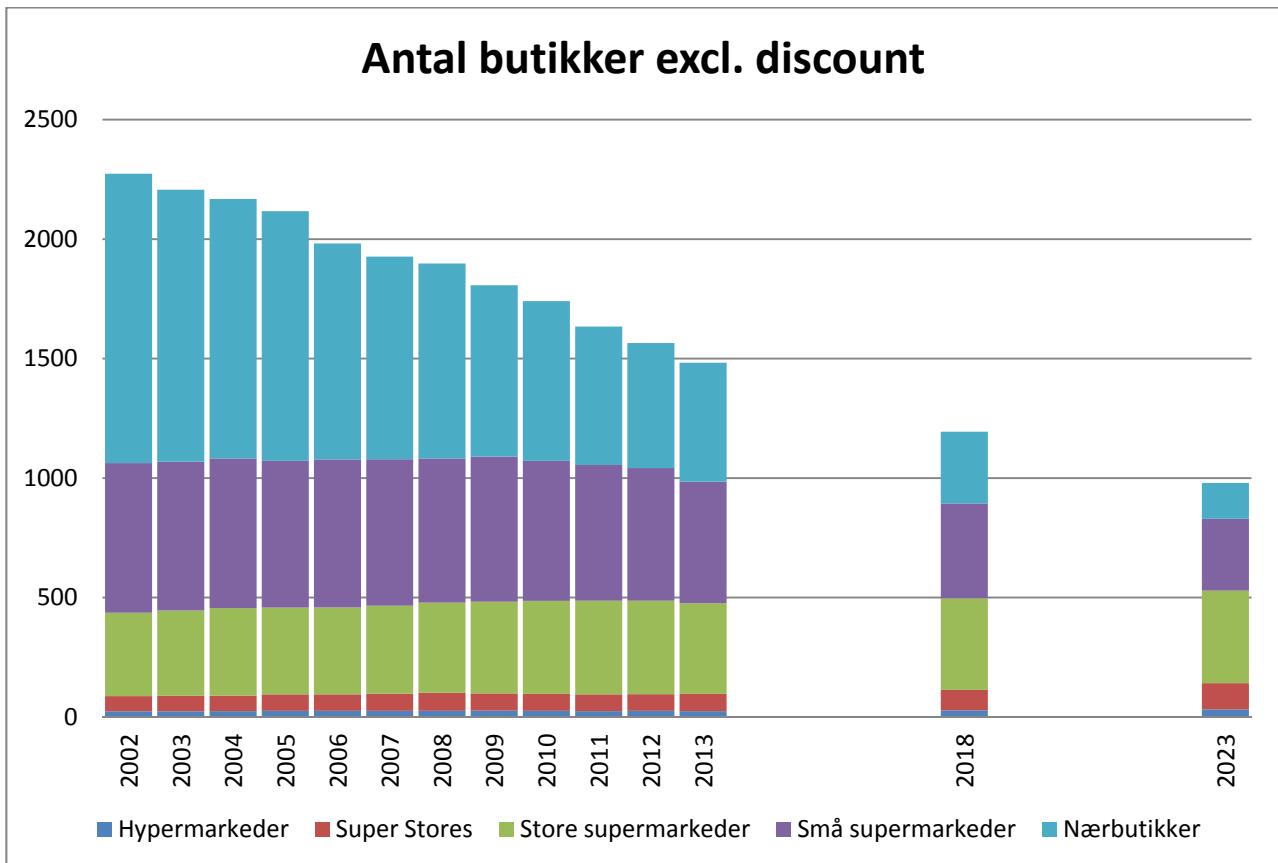
Prognosen i dette kapitel forudsætter, at planloven liberaliseres i år 2015, således at det bliver muligt at etablere store dagligvarebutikker (hypermarkeder og superstores) uden arealbegrænsning.



Antal	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	24	24	25	26	26	26	26	27	26	25	26	25	28	32
Super Stores	64	65	65	69	69	72	76	72	71	70	70	72	86	110
Store supermarkeder	349	357	366	363	364	368	377	384	389	392	391	379	383	387
Små supermarkeder	626	623	626	614	619	613	603	607	586	568	555	509	397	301
Nærbutikker	1.211	1.138	1.086	1.045	904	848	816	717	669	579	523	498	300	150
Discount	932	986	1.055	1.143	1.186	1.236	1.264	1.297	1.365	1.423	1.491	1.533	1.630	1.650
Total antal butikker	3.206	3.193	3.223	3.260	3.168	3.163	3.162	3.104	3.106	3.057	3.056	3.016	2.824	2.630

Selvom vi de sidste 10 år har fået lidt færre butikker i kolonialektoren, har vi fortsat godt 3.000 butikker at handle i. Dette sikrer et fintmasket butiksnet – også i Udkantsdanmark - og skyldes naturligvis, at de 6 discountkæder også etablerer sig i og udenfor stationsbyer, havnebyer etc. i hele landet.

I løbet af de næste 10 år forventes butiksantallet i kolonialektoren dog at falde med 13 %, hvis planloven liberaliseres. Dette skal sammenlignes med et fald på 8 % i butiksantallet frem til år 2023, hvis planloven bevares. Vi vil få flere hypermarkeder og superstores, der tager markedsandele fra både de større supermarkeder og discountbutikkerne, men også fra de små butikker, der sættes under yderligere pres i de områder, hvor nye hypermarkeder etablerer sig.



Antal ex discount	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	24	24	25	26	26	26	26	27	26	25	26	25	28	32
Super Stores	64	65	65	69	69	72	76	72	71	70	70	72	86	110
Store supermarkeder	349	357	366	363	364	368	377	384	389	392	391	379	383	387
Små supermarkeder	626	623	626	614	619	613	603	607	586	568	555	509	397	301
Nærbutikker	1211	1138	1086	1045	904	848	816	717	669	579	523	498	300	150

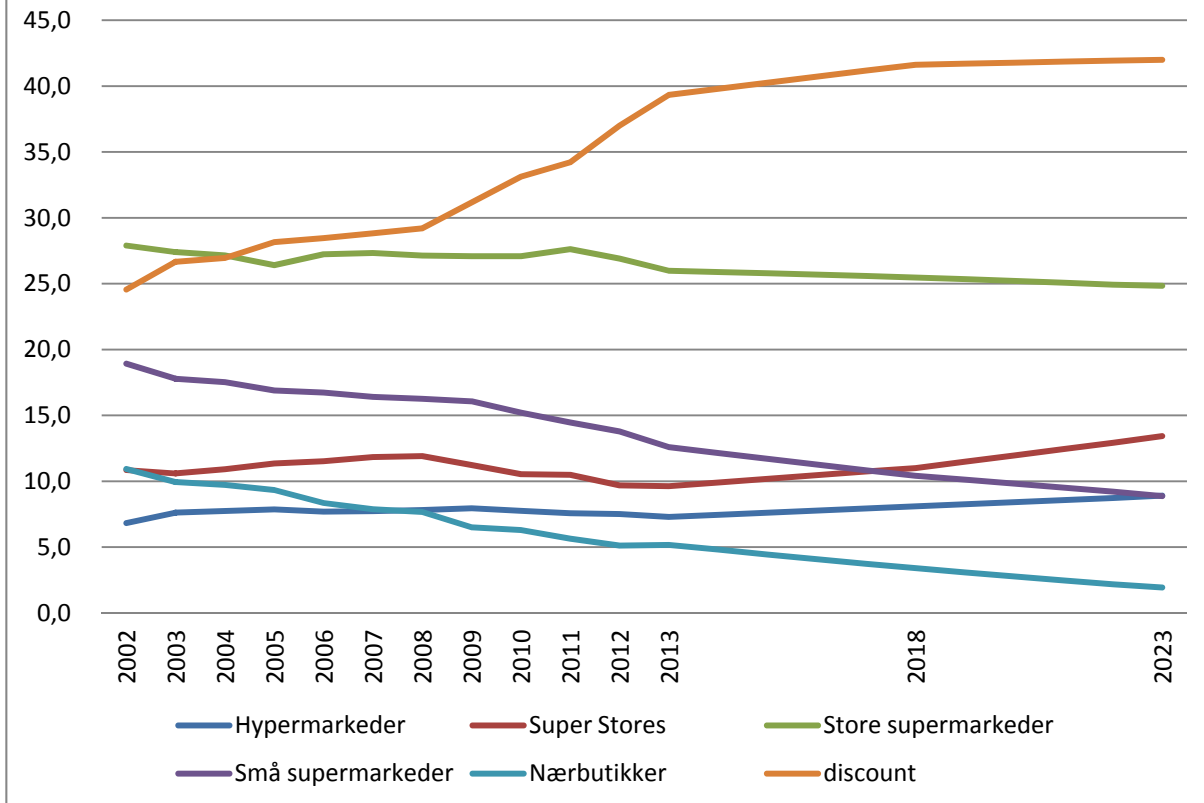
Alene lukkelovens bortfald 1. oktober 2012 vil medføre en høj grad af butiksdød frem til år 2023 blandt især nærbutikkene, jf. vores prognose-resultater i forrige kapitel. Hvis planloven liberaliseres, vil butiksdøden stige yderligere med 50 nærbutikker, således at vi i år 2023 kun har 150 nærbutikker tilbage.

208 små supermarkeder vil også lukke frem til 2023, især som følge af discountudviklingen, men yderligere forstærket af en planlovsliberalisering.

Vi forventer blandt superstores, at især Føtex får fornyet styrke og ønsker at ekspandere kraftigt, men også at Kvickly får etableret en lang række nye attraktive butikker.

Vi forventer, at Bilka etablerer nye hypermarkeder, således at deres markedsdækning bliver optimal. Vi forventer derimod ikke, at en udenlandsk aktør ønsker at etablere hypermarkeder i Danmark, idet markedet er for lille til at være strategisk attraktivt.

Kolonialsektorens omsætning i %



Markedsandele	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	8,1	8,9
Super Stores	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	11,0	13,4
Store supermarkeder	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	25,5	24,8
Små supermarkeder	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,4	8,9
Nærbutikker	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,4	1,9
Discount	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	41,6	42,0

Vi forventer, at discountkædernes markedsandel i 2023 stiger til 42,0 %, hvilket er en vækst på lidt mindre end 3 %-point. Det er en markedsandel på niveau med situationen i Tyskland, og spørgsmålet er, om det er det modenhedsniveau, som butikstypen vil kulminere på.

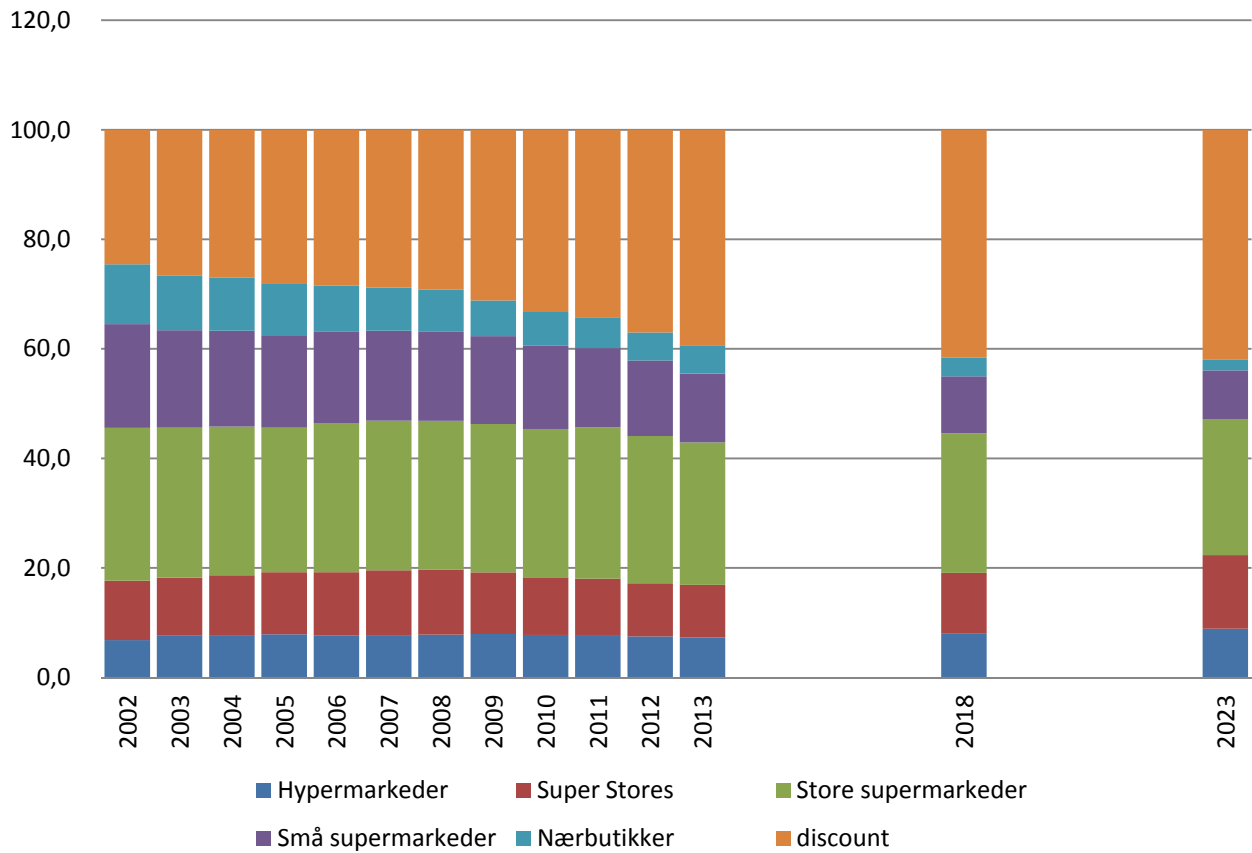
Det er værd at fremhæve, at discountkædernes vækst (den mest produktive butikstype) således forventes at blive lavere ved en planlovsliberalisering end ved uændret planlov, hvor markedsandelen i år 2023 forventes at blive 43,6 %. (se side 20).

Det er især nærbutikkerne og de små supermarkeder, der taber betydelige markedsandele i perioden, men også de store supermarkeder vil tabe markedsandel til de mange nye superstores og hypermarkeder, vi vil få, hvis planloven liberaliseres.

Markedsandelene for perioden 2013 – 2023 er beregnet baseret på kolonialsektorens omsætning, der i perioden stiger fra 109,7 mia.kr i 2013 til 115,0 mia. kr. i 2023 (i 2013-priser).

Gennemsnitsomsætningen pr. butik er i 2013 36,4 mio. kr. stigende til 43,7 mio. kr. i 2023 (i 2013 priser), dvs. en vækst på 20 %.

Kolonialsektorens omsætning i %



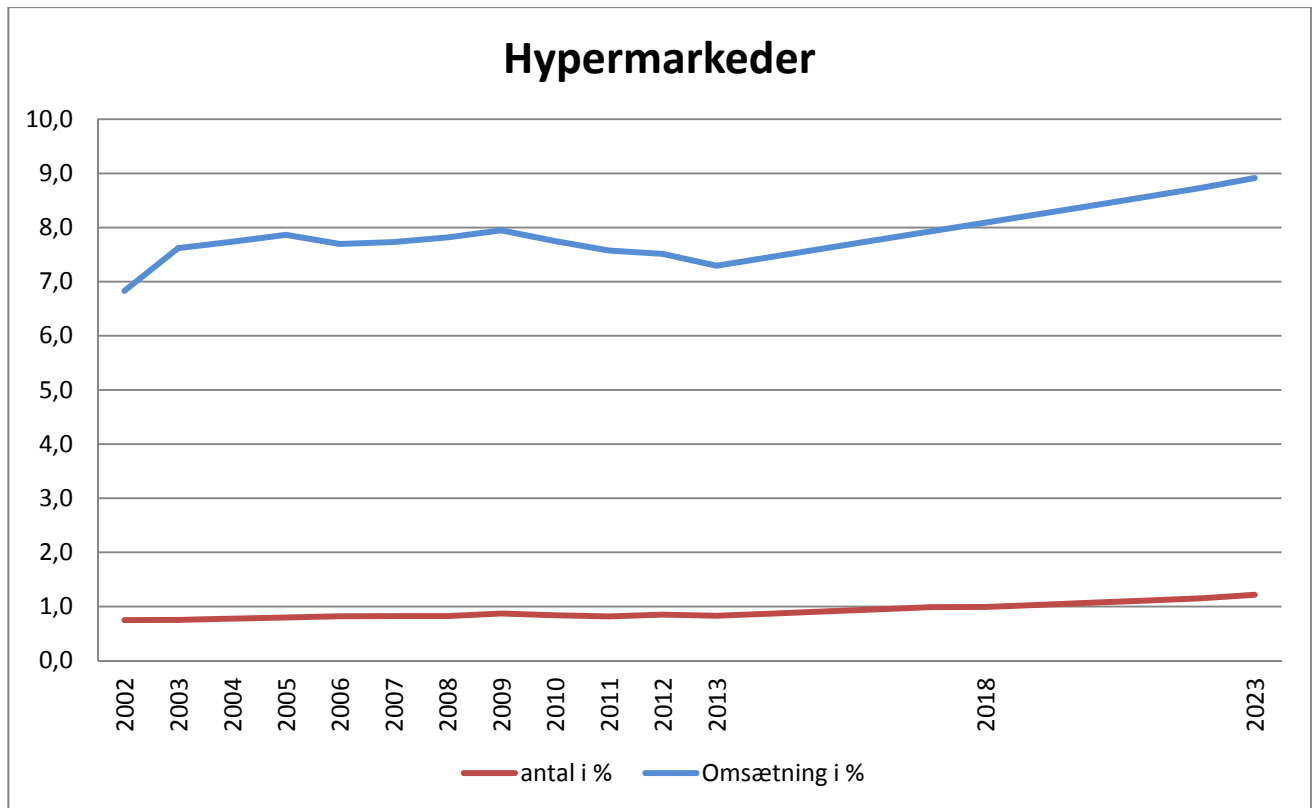
Markedsandele	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Hypermarkeder	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	8,1	8,9
Super Stores	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	11,0	13,4
Store supermarkeder	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	25,5	24,8
Små supermarkeder	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,4	8,9
Nærbutikker	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,4	1,9
Discount	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	41,6	42,0

De små supermarkeder har med kun 12,6 % af omsætningen i 2013 allerede vanskelige markedsvilkår, hvilket både Spar og DagliBrugsen skal forholde sig til.

Spar-kæden er ved at omlægge fra 4 til 2 kædeformater, som kun udvalgte butikker skal med i, mens øvrige skal i en ny kæde, "Min Købmand", eller i en kiosklignende kæde.

DagliBrugsen planlægger at nedkonvertere en lang række butikker til LokalBrugsen for at tilpasse butiksdriften til de lokale markedsmuligheder.

Det er helt klart nødvendige tiltag, der kan øge overlevelseschancerne på kort sigt, men på lang sigt vil en lang række af disse butikker næppe kunne overleve som kolonialbutik.



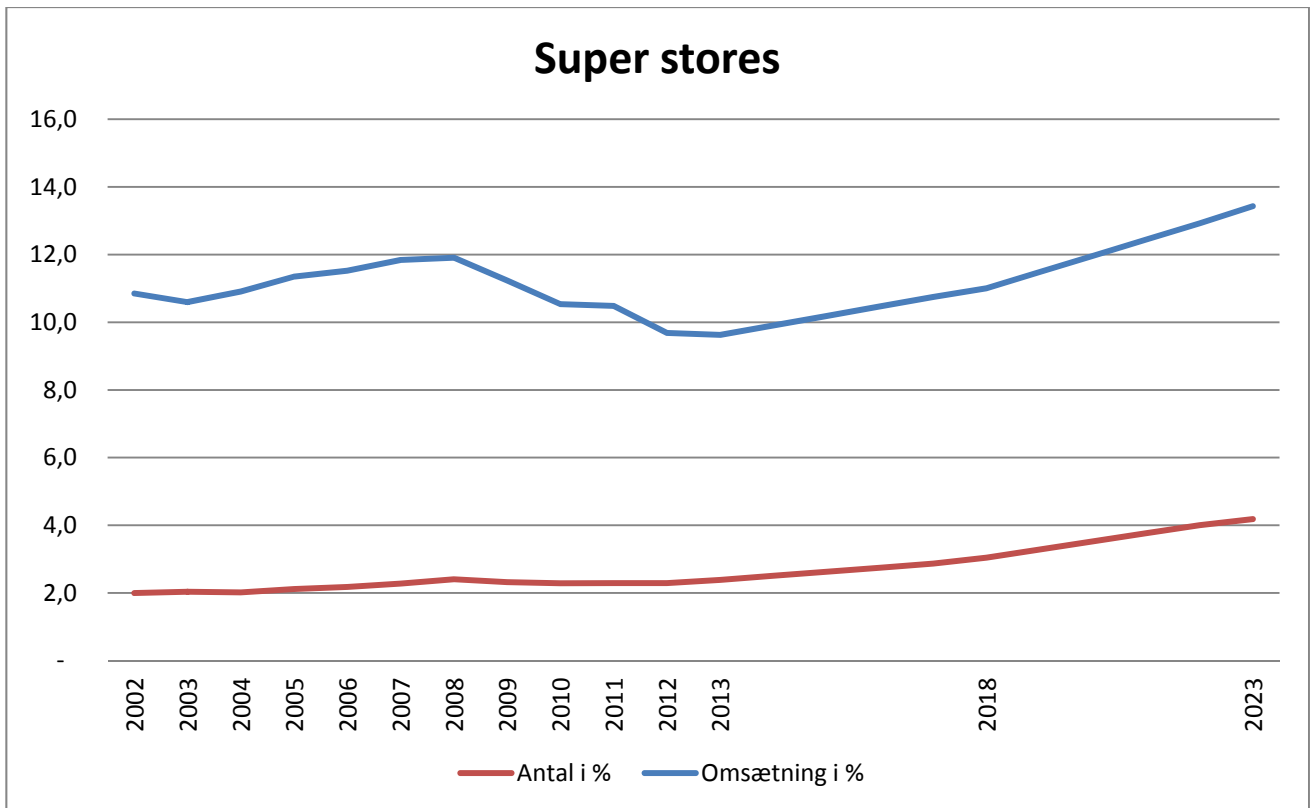
Hypermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
antal i %	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,9	0,8	1,0	1,2
Omsætning i %	6,8	7,6	7,7	7,9	7,7	7,7	7,8	7,9	7,8	7,6	7,5	7,3	8,1	8,9

Hypermarkederne har ikke været den succes de sidste 10 år – og slet ikke siden 2008 – som de var i årtierne inden.

Overalt i Europa forsøger hypermarkederne at genopfinde sig selv, f.eks. forsøgte Carrefour at opdele hypermarkedet i 8 deluniverser for at tydeliggøre, hvad man satsede på samt at appellere bedre til kvinderne. Dette virkede tilsyneladende ikke optimalt, så planerne om implementering i alle hypermarkederne blev stillet i bero.

Derfor er downsizing af det samlede salgsareal samt udlejning til tredjepart af salgsarealer sandsynligvis en mere realistisk vej til fornyelse af denne butikstype, der også er ramt af den stigende e-handel på nonfood.

Ved en planlovsliberalisering forventer vi at få flere Bilka-hypermarkeder, men ikke nye udenlandske aktører. Markedsandelen forventes at stige moderat frem til år 2023.

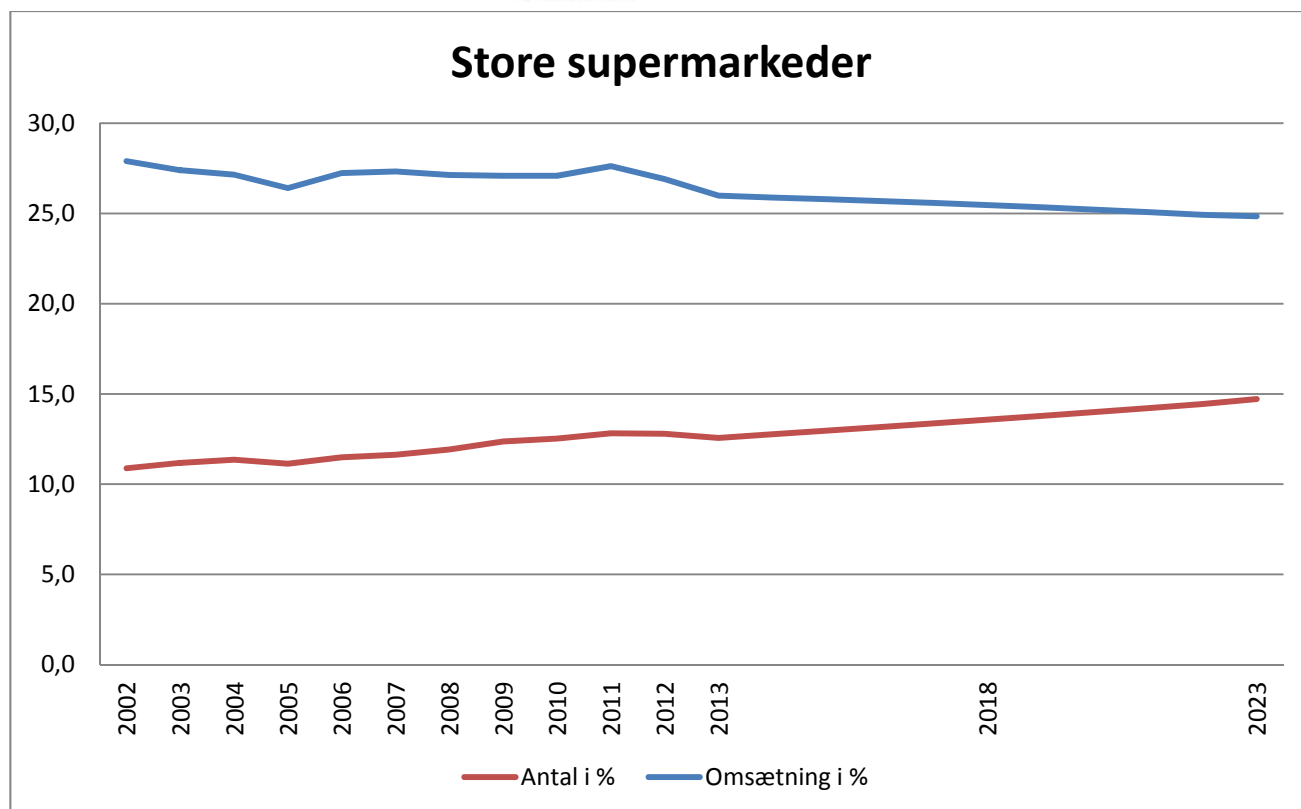


Super Stores	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	2,0	2,0	2,0	2,1	2,2	2,3	2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4	3,0	4,2
Omsætning i %	10,9	10,6	10,9	11,3	11,5	11,8	11,9	11,2	10,5	10,5	9,7	9,6	11,0	13,4

Superstores, dvs. butikker med et salgsareal mellem 2500 og 5000 m², vil ved en planlovsliberalisering kunne etablere sig med præcis den butiksstørrelse, der passer dem bedst.

Uanset at både Føtex og Kvickly i år kæmper med at produktudvikle fødevarer siden og især nonfood siden, så de fremstår som det mest relevante tilbud til familien Danmark, vil en planlovsliberalisering efter vor vurdering medføre en lang række nyetableringer de næste 10 år.

Især forventes Dansk Supermarked at etablere mange nye Føtex-butikker. Realiseres dette, vil superstores stige betydeligt i markedsandel frem til år 2023.



Store supermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	10,9	11,2	11,4	11,1	11,5	11,6	11,9	12,4	12,5	12,8	12,8	12,6	13,6	14,7
Omsætning i %	27,9	27,4	27,2	26,4	27,2	27,3	27,1	27,1	27,1	27,6	26,9	26,0	25,5	24,8

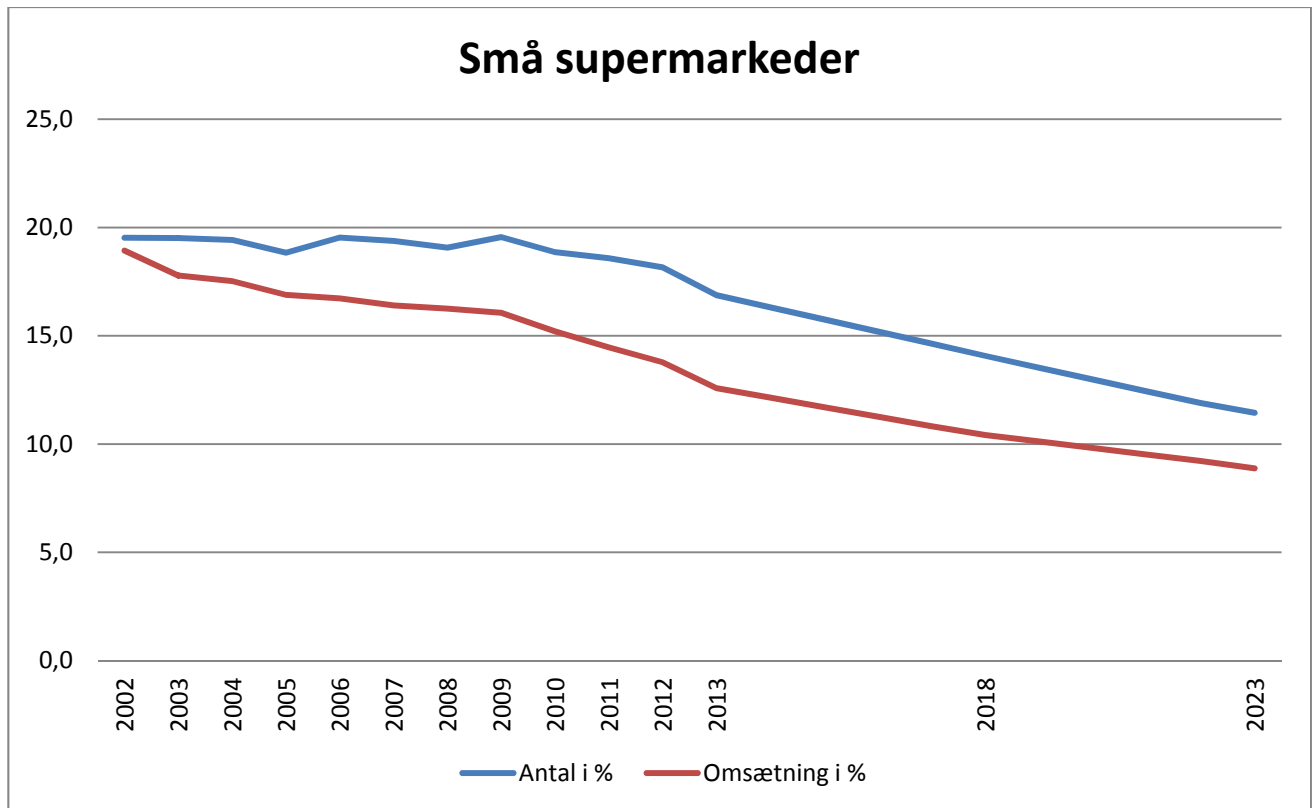
Udfordringen for de store supermarkeder er at videreudvikle kædekoncepterne, så butikkerne opleves som de mest inspirerende fødevarer-specialister, der samtidig giver tilstrækkelig værdi for pengene.

SuperBest og SuperBrugsen skal skabe denne udvikling i et marked, der fortsat er meget prisfokuseret.

En planlovsliberalisering vil sætte de store supermarkeder under yderligere pres, fordi der så kommer yderligere konkurrence fra flere store hypermarkeder og superstores, der også vil forstærke deres fødevarerprofil.

De store supermarkeder forventes derfor at tabe markedsandele frem til år 2023, hvis planloven liberaliseres.

I flere af de mellemstore byer, hvor nye hypermarkeder og superstores etablerer sig de kommende år, vil enkelte store supermarkeder kunne blive så presset på indtjeningen, at de enten må lukke helt eller konvertere til et lavprissupermarkedskoncept, alternativt en discountbutik. Det vil kunne medføre et forringet vareudvalg for forbrugerne i disse byer.



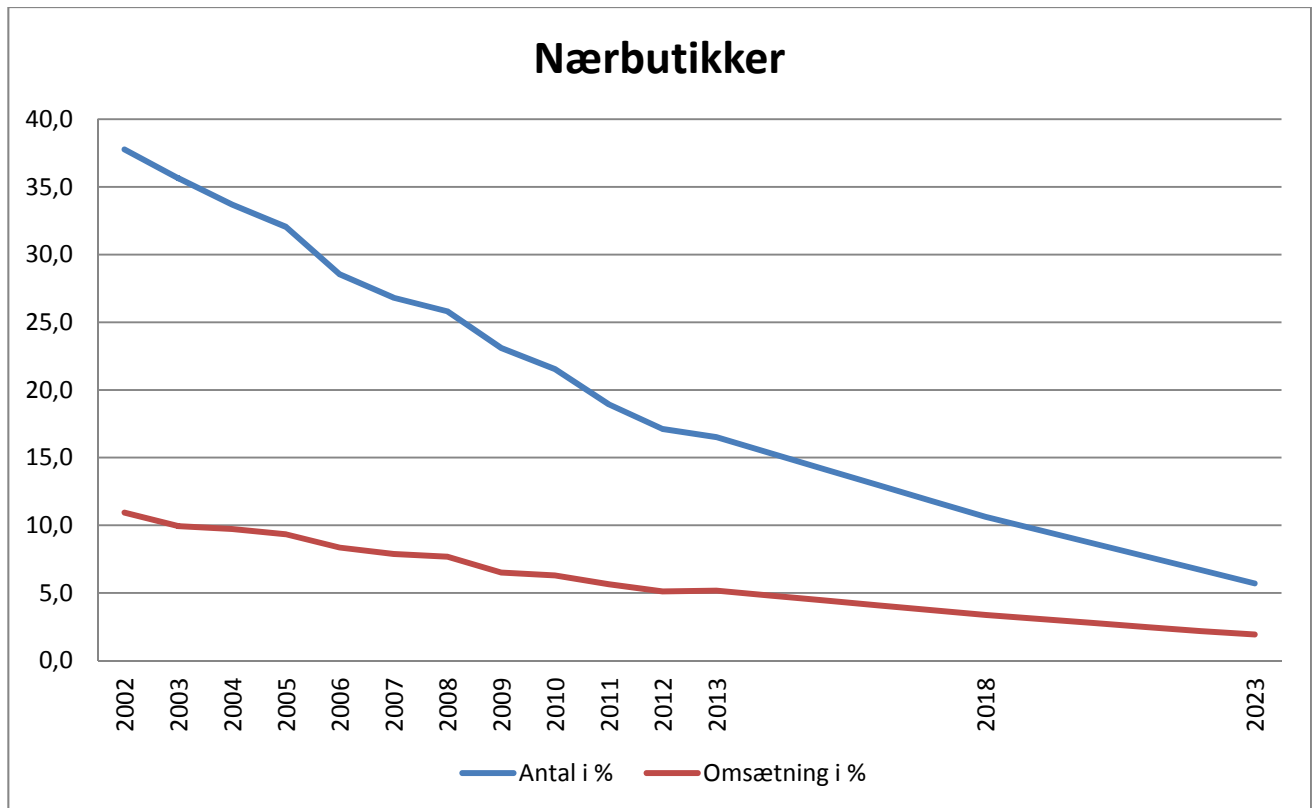
Små supermarkeder	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	19,5	19,5	19,4	18,8	19,5	19,4	19,1	19,6	18,9	18,6	18,2	16,9	14,1	11,4
Omsætning i %	18,9	17,8	17,5	16,9	16,7	16,4	16,3	16,1	15,2	14,5	13,8	12,6	10,4	8,9

I modsætning til de store supermarkeder, så forventes de små supermarkeder af økonomiske og kædeprofilmæssige årsager ikke at ville udvide med specialfødevare-butiksfunktioner.

De må konkurrere på den lokale forankring og markedstilpasning under vilkår, hvor de bliver presset både oppefra af de store supermarkeder og nedefra af discountbutikkerne.

Ved en planlovliberalisering vil etableringen af flere nye hypermarkeder og superstores ramme en række små supermarkeder i de områder, hvor storbutikkerne etableres.

De små supermarkeder vil derfor tabe omsætning, og det vil medføre lukninger af yderligere op til 50 butikker frem til år 2023.



Nærbutikker	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	37,8	35,6	33,7	32,1	28,5	26,8	25,8	23,1	21,5	18,9	17,1	16,5	10,6	5,7
Omsætning i %	10,9	9,9	9,7	9,3	8,3	7,9	7,7	6,5	6,3	5,6	5,1	5,2	3,4	1,9

Butiksdøden vil fortsat hænge i denne butikstype – ikke mindst fordi lukkeloven nu er ophævet.

En liberalisering af planloven vil medføre flere lukninger frem til år 2023 samt fremrykke lukninger af butikker.

Discountbutikkernes vækst betyder ” billedlig talt”, at hvis der i en mindre by er 2 nærbutikker, så lukker den ene af dem, når der kommer en (ekstra) discountbutik, der tager alle børnefamilierne som kunder.

DagliBrugsen står dog stærkt rustet, fordi de fleste butikkers standard er ganske høj samtidig med, at det vil være muligt af ”nedkonvertere” til LokalBrugsen.

Men at generationsskifte en nærbutik vil blive meget vanskeligt med mindre beliggenheden er perfekt.

Etablering af flere hypermarkeder og superstores vil naturligvis sætte nærbutikkerne i de berørte områder under yderligere pres og medføre lukninger af op til 50 nærbutikker.



Discount	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2023
Antal i %	29,1	30,9	32,7	35,1	37,4	39,1	40,0	41,8	43,9	46,5	48,8	50,9	57,7	62,7
Omsætning i %	24,6	26,7	26,9	28,2	28,5	28,8	29,2	31,2	33,1	34,2	37,0	39,3	41,6	42,0

6 discountkæder kæmper for at vinde markedsandele. Der etableres mange store butikker, især er trafikbeliggenheder i høj kurs. Men mange kommuner ønsker fremover at koncentrere dagligvarebutikkerne i bymidten, hvilket kan reducere væksttempoet.

Både Netto og Fakta vil også have mange flere mindre butikker med convenience-elementer: DøgnNetto og FaktaQ.

De 6 kæder kommer dog i stigende grad til at konkurrere indbyrdes de næste år, så nye discountbutikker kan ikke umiddelbart forvente at nå omsætningsbudgettet uden kamp til stregen.

Vi har i prognosen vurderet, at der især efter år 2018 vil være butiksdød også blandt discountkæderne på grund af overetablering.

En planlovsliberalisering vil, i de områder hvor der etableres nye hypermarkeder og superstores, vanskeliggøre discountkædernes vækst, især fordi en række små discountbutikker vil blive lukningstruet hurtigere end ellers.

5.0 Produktivitetsudviklingen i dansk dagligvarehandel

5.1 Perspektivering til svensk dagligvarehandel

Flere tidligere rapporter (bl.a. McKinsey-rapporten, nov. 2010: Creating Economic Growth in Denmark Through Competition, side 15) har fremhævet den svenske butiksstruktur i dagligvarebranchen som et forbillede for dansk dagligvarehandel.

Det har været fremført, at der er langt flere hypermarkeder i Sverige end i Danmark pr. indbygger samt, at vi i Danmark har alt for mange dagligvarebutikker pr. indbygger i forhold til Sverige. Dette er imidlertid ikke tilfældet, når der gøres status her medio 2013.

Ifølge Delfi Marknadspartner, der udgiver det officielle svenske butiksregister, findes der august 2013 i alt 5468 dagligvarebutikker i Sverige med en samlet omsætning i Sv. Kr. på 230.668 mio. kr., hvilket omregnet til danske kr. svarer til 198.374 mio. D. Kr.

I Danmark findes tilsvarende 3016 dagligvarebutikker med en samlet omsætning på 109.681 mio. Kr.

Befolkningen i Sverige er 9.483 tusinde, mens der i Danmark bor 5.603 tusinde.

Baseret herpå kan følgende nøgletal udregnes:

	Danmark	Sverige
Antal indbyggere pr. butik	1858	1734
Gennemsnitsomsætning pr. butik (mio. D. Kr.)	36,4	36,3

Vi har altså ikke flere dagligvarebutikker pr. indbygger end svenskerne – tværtimod, så har hver dagligvarebutik 7 % flere indbyggere i Danmark end i Sverige.

Endvidere har vi samme gennemsnitlige butiksomsætning pr. butik i de 2 lande – i modsætning til, hvad tidligere rapporter har fremført.

Sammenholder man antallet af hypermarkeder og superstores for de 2 lande, ser status her medio 2013 således ud:

	Danmark	Sverige
Antal hypermarkeder	25	48
Antal superstores	72	258
I alt	97	306

Ovenstående dokumenterer således, at niveauet for hypermarkeder er det samme i de 2 lande i forhold til befolkningstallet (vi mangler kun 3 hypermarkeder i Danmark, hvis indbyggere pr. hypermarked skal være præcis det samme i de 2 lande).

Til gengæld har man i Sverige langt flere superstores end i Danmark (hvor vi skulle have 152 superstores – altså 80 flere, for at nå det svenske niveau).

Den danske butiksstruktur, der er stærkt domineret af discountformaterne – det mest produktive butiksformat - forklarer denne strukturforskel.

5.2 Produktivitetsfremskrivning for dansk dagligvarehandel

Baseret på vores prognoser for perioden 2013 – 2023 for dansk dagligvarehandel vil vi nu redegøre for den forventede produktivitetsudvikling.

Produktivitetsanalyser har været fremlagt og diskuteret flere gange de senere år, og her i 2013 har Produktivitetskommissionen senest i Analyserapport 2, offentliggjort ultimo maj 2013, belyst emnet og fremsat forslag til, hvordan vækst kan skabes.

Vi har i vor analyse valgt at tage udgangspunkt i McKinsey & Company's rapport: "Creating economic growth in Denmark through competition", 2010, fordi denne rapport belyser emnet meget omfattende, samt fordi denne rapportes konklusioner ligeledes i flere tilfælde anvendes som grundlag for Produktivitetskommissionens anbefalinger i Analyserapport 2.

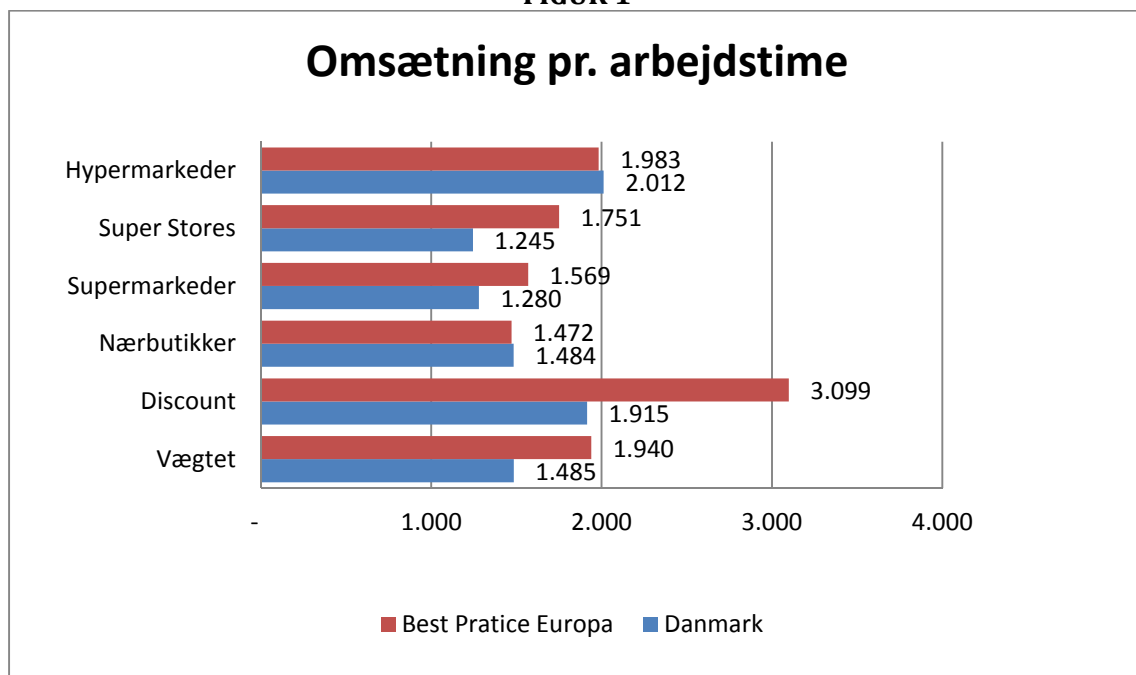
Figur 1 viser fra McKinsey- rapporten estimater for året 2009 for salg pr. arbejdstime på butiksformaterne i Danmark sammenlignet med best practise for 7 udvalgte lande i Europa (Belgien, Frankrig, Holland, Finland, Sverige, Tyskland og England). For hypermarkeder i Danmark er salg pr. arbejdstime baseret på et skøn, som Retail Institute Scandinavia har foretaget.

Det vægtede danske produktivitetstal på 1485 er således 23 % lavere end European best practise, jf. figur 1.

McKinsey-analysen blev fremlagt på et møde i Vækstforum i november 2010 og medførte en omfattende diskussion om validiteten og konsekvenserne heraf, hvilket også fremgår klart af den rapport, Detailhandelsforum afleverede til Erhvervs- & Vækstministeren 1. marts 2012: "Detailhandlen i Danmark – gode rammer for indkøb indenfor rimelig afstand".

Således anfører Danske Erhverv, De Samvirkende Købmænd (DSK), Energi- og Olieforum (EOF), Dansk Detail, Coop, Nærbutikkernes Landsforening, Danske Slagtermestre og Håndværksrådet (i rapportens side 174), at figur 1 giver et misvisende indtryk af produktiviteten i dansk dagligvarehandel sammenlignet med European best practise.

FIGUR 1



Det skyldes ifølge ovennævnte organisationers opfattelse, at de enkelte butiksformater ikke defineres ens i alle lande og dermed ikke umiddelbart er sammenlignelige på tværs af landegrænserne. Dermed er butiksformaternes produktivitet heller ikke sammenlignelig. Som eksempel herpå nævnes, at man sammenligner usammenlignelige supermarkeder og discountbutikker, idet "soft-discounters" som Netto, Fakta, Rema 1000 og Kiwi her trækker produktiviteten ned i discount-sektoren, men lige så godt kunne trække den op i supermarkeds-sektoren med et helt andet slutresultat.

Vi er enige i, at netop dansk dagligvarehandels mange discountkæder (6 styk), samt det faktum, at vi har mere "soft discount" end "hard discount" (Aldi, Lidl), vanskeliggør en direkte sammenligning med Europa best practice. På den anden side har vi ikke andre tal for produktiviteten i dansk detailhandel at forholde os til end McKinsey-rapportens tal.

Vi har derfor i det følgende, baseret på udviklingen i butiksstrukturen samt omsætningsudviklingen for perioden 2009 til 2013, fremskrevet disse produktivitetstal i løbende priser, se figur 2.

Denne fremskrivning viser, at dagligvarebranchens produktivitet i løbende priser er steget fra et vejet gennemsnit på 1485 i 2009 til 1615 i 2013, dvs. en stigning på 8,8 %.

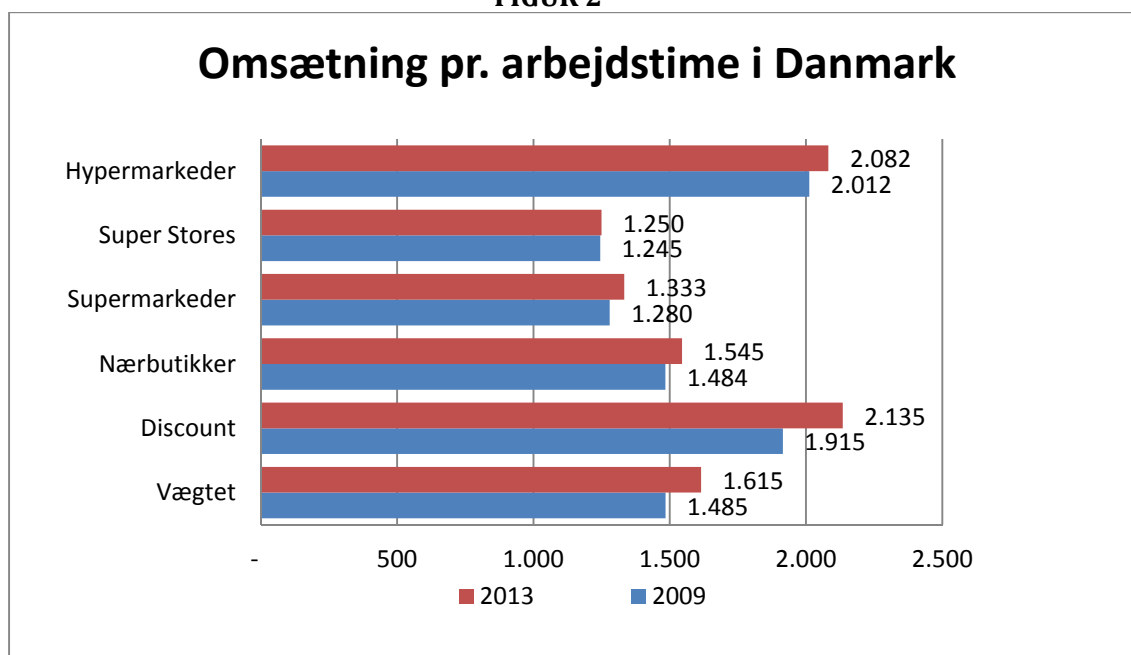
Da denne stigning er i løbende priser, så korrigerer vi med stigningen i dagligvarebranchens samlede omsætning ifølge dansk butiksregister, der for perioden 2009-2013 er en stigning på 4,4 %.

Dvs. at den reelle stigning i dagligvarehandlens produktivitet kan opgøres til 4,4 % for perioden 2009-2013.

Perioden 2009-13 har været en kriseperiode præget af en meget kraftig stigning i antal discountbutikker og en samlet stigning i discountbutikkernes markedsandel fra 31,2 % til 39,3 %, hvilket har øget produktiviteten.

Omvendt har superstores og hypermarkeder oplevet omsætningsfald eller stagnation, hvilket har reduceret produktiviteten.

FIGUR 2



Vi har ikke fremskrevet produktiviteten for European best practise landene, da det ikke har været muligt at tilvejebringe validt datamateriale for de respektive 7 lande. Som følge deraf kan vi ikke redegøre for den produktivitetsudvikling, som denne gruppe af lande har realiseret i perioden 2009-2013.

Ingen af disse lande har dog i perioden 2009-2013 oplevet en så kraftig vækst i discount-sektoren, som tilfældet har været i Danmark.

5.3 Produktivitetsudviklingen ved uændret planlov

Figur 3 viser den produktivitetsudvikling, vi kan forvente for perioden 2013 – 2023 baseret på følgende forudsætninger:

1. Planloven fastholdes uændret frem til år 2023.
2. Udviklingen i butiksstrukturen bliver som prognosen fremlagt i kapitel 3, se sammendraget i tabel A nedenfor, hvilket blandt andet indebærer, at vi i løbet af 10 års perioden får yderligere 167 discountbutikker, samtidig med at der lukker 298 nærbutikker og 128 supermarkeder (159 små supermarkeder lukker, og 31 nye store supermarkeder åbner, jf. tabel side 11). 6 nye superstores åbner frem til år 2023.
3. Omsætningen pr. arbejdstime i 10 års perioden holdes konstant (i 2013-priser) for følgende butikstyper: hypermarkeder, superstores og nærbutikker, hvilket er en meget konservativ forudsætning. For nærbutikkerne er begrundelsen, at de ikke forventes at kunne normere personaleressourcerne mere effektivt i et vanskeligt marked. For de 2 øvrige butikstyper er begrundelsen, at de har udfordringer med omsætningen inden for nonfood og samtidig et behov for at relancere hele fødevareprofilen, hvilket forventes at blive afbalanceret via personalebemandingen.
4. Omsætningen pr. arbejdstime for supermarkeder forudsættes at stige løbende i 10 års perioden, fordi 159 mindre supermarkeder vil lukke, således at større og mere effektive supermarkeder vil blive mere dominerende.
5. Omsætningen pr. arbejdstime for discountbutikkerne forudsættes at stige i perioden 2018-2023, hvor mange af de ældste og mindre discountbutikker vil være lukket og erstattet af større discountbutikker.

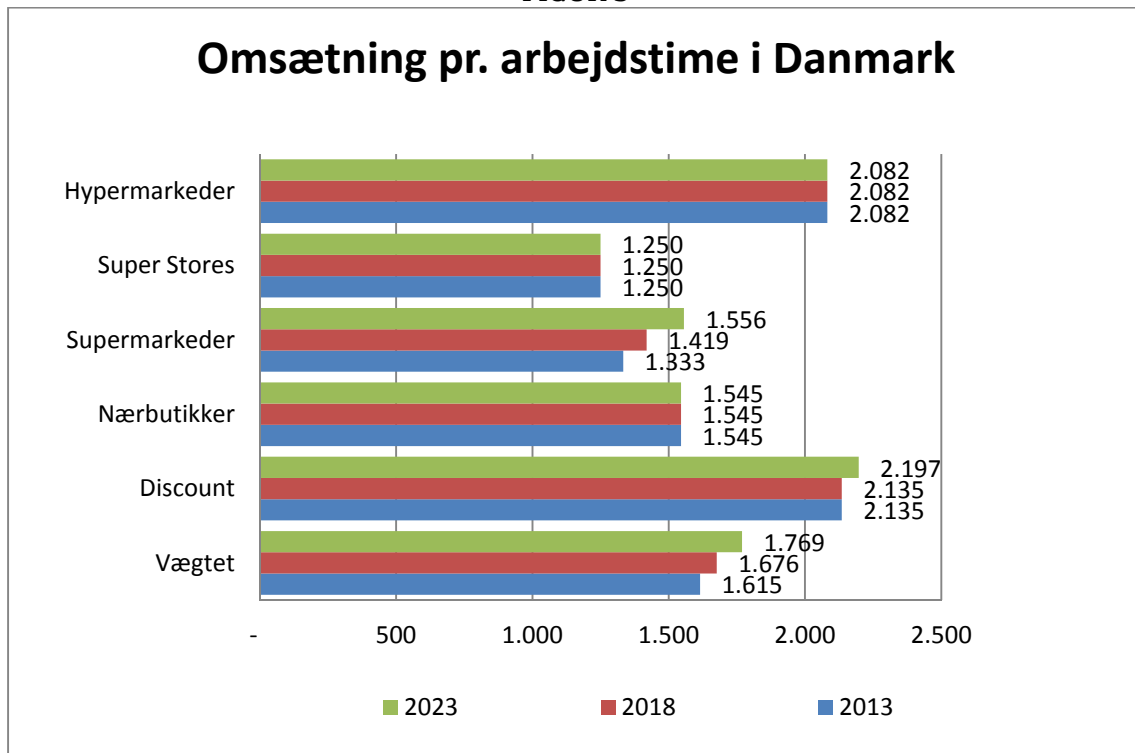
Tabel A: Hovedresultater fra Prognose 2023 ved uændret planlov

	2013		2018		2023	
	Antal	omsætning	Antal	omsætning	Antal	omsætning
Hypermarkeder	25	8.000	25	8.000	25	8.000
Super Stores	72	10.560	75	11.000	78	11.460
Supermarkeder	888	42.306	820	41.605	760	42.272
Nærbutikker	498	5.669	350	4.349	200	3.085
Discount	1.533	43.146	1.670	47.003	1.700	50.150
Totalt	3.016	109.681	2.940	111.957	2.763	114.967

Note: omsætningen er i mio. kr. ekskl. moms, 2013-priser

Samlet set vil denne strukturudvikling medføre en produktivetsstigning på 9,5 %, idet det vægtede gennemsnit for dagligvarehandlen vil stige fra 1615 i år 2013 til 1769 i år 2023 (i faste 2013-priser), se figur 3.

FIGUR 3



Produktivitetsforbedringen frem til år 2023 vil opnås som følge af 2 forhold:

1. et reduceret samlet tidsforbrug, dvs. at på grund af strukturudviklingen vil mere effektive butikstyper vinde markedsandele og medføre, at arbejdstimeforbruget må forventes at falde med 4,3 % frem til år 2023. Dette fremgår af Tabel B.
2. Dagligvaresektorens butikker forventes samlet set, jf. tabel A, at øge den samlede omsætning i perioden 2013 til 2023 med 4,8 %.

Tabel B: Dagligvarebutikkernes forventede timeforbrug

	arbejdstimer i alt (i 1.000)		
	2013	2018	2023
Hypermarkeder	3.843	3.843	3.843
Super Stores	8.448	8.800	9.168
Supermarkeder	31.742	29.311	27.166
Nærbutikker	3.669	2.815	1.997
Discount	20.211	22.017	22.827
total	67.912	66.786	65.001

Denne skønnede produktivitetsforbedring på 9,5 % på 10 år er efter alt at dømme betydeligt lavere, end den faktisk vil være, idet flere forhold (som også er fremhævet i McKinsey-rapporten) vil kunne øge produktiviteten betydeligt, således at vi her i Danmark nærmer os European best practise hurtigere:

- Introduktion af nye og mere effektive butikksformater
- IT-investeringer, der reducerer arbejdskraftbehovet og dermed øger salg pr. time
- Best practise kultur via internationalt ejerskab/samarbejde

Udviklingen i Danmark siden 2009, hvorfra McKinsey- analysen udspringer, har på en lang række punkter imødekommet ovenstående punkter:

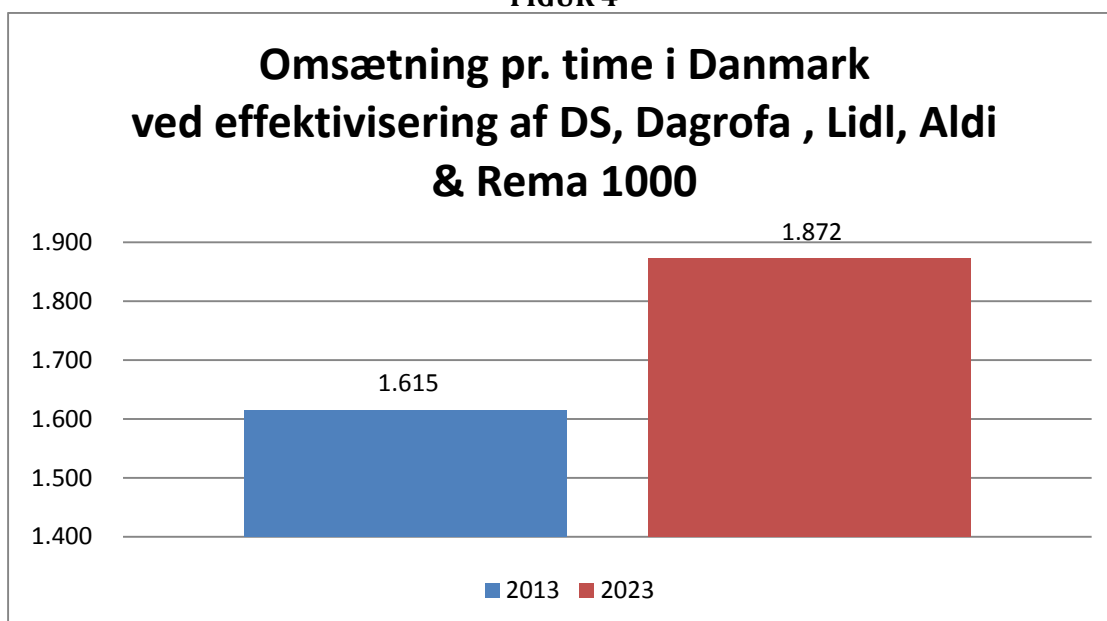
- De 4 udenlandsk kontrollerede discountkæder Aldi, Lidl, Rema 1000 og KIWI (der samlet set har vundet markedsandele i perioden 2009-2013) har produktudviklet kædekoncepterne, og flere af disse bygger langt større butikker end før.
- Flere kæder har foretaget store investeringer i IT-systemer, lige fra elektroniske hyldeforkanter til store integrerede systemer, der håndterer automatisk genbestillinger, styrer optimal bemanning etc.
- Best practise er blevet udbredt og omfatter foruden de 4 udenlandske discountkæder også Dansk Supermarked med Netto i 4 lande. Desuden vil NorgesGruppen som hovedaktionær i Dagrofa naturligt tilføre best practise knowhow til Dagrofa-kæderne.

Vi har derfor estimeret den forventede produktivitet for dagligvarebranchen år 2023 ved også at indregne best practise-effekten for de internationale kæder, vi med sikkerhed vil have i Danmark (det har vi gjort ved at forøge de internationale kæders effektivitet med 10 % i år 2023, dvs. timeforbruget pr. omsætningskrone er reduceret med 10 %, svarende til 1 % -point årligt).

Figur 4 viser effekten heraf, der er en yderligere effektivisering, således at branchens vægtede normaltal i år 2023 stiger til 1872, svarende til en stigning på 15,9 %.

Konklusionen er således, at det er sandsynligt, at dansk dagligvarehandel i løbet af de næste 10 år vil kunne indhente en stor del af det produktivitets-efterslæb, som McKinsey-rapporten fra 2010 forsøgte at dokumentere.

FIGUR 4



5.4 Produktivitetsudviklingen ved liberalisering af planloven

Figur 5 viser den produktivitetsudvikling, vi kan forvente for perioden 2013 – 2023 baseret på følgende forudsætninger:

1. Planloven liberaliseres i år 2015, således at det bliver muligt at etablere store dagligvarebutikker uden arealbegrænsning.
2. Udviklingen i butiksstrukturen bliver som prognosen fremlagt i kapitel 4, se sammendraget i tabel C nedenfor, hvilket blandt andet indebærer, at vi i løbet af 10 års perioden får yderligere 117 discountbutikker samtidig med, at der lukker 348 nærbutikker og 200 supermarkeder (208 små supermarkeder lukker og 8 nye store supermarkeder åbner, se tabellen side 21).
3. Vi får 7 nye hypermarkeder og 38 nye superstores frem til år 2023, primært i større byer og forstæderne hertil.
4. Omsætningen pr. arbejdstime i 10 års perioden holdes konstant (i 2013-priser) for følgende butikstyper: hypermarkeder, superstores og nærbutikker, hvilket er en meget konservativ forudsætning. For nærbutikkerne er begrundelsen, at de ikke forventes at kunne normere personaleressourcerne mere effektivt i et vanskeligt marked. For de 2 øvrige butikstyper er begrundelsen, at de har udfordringer med omsætningen inden for nonfood og samtidig et behov for at relancere hele fødevarerprofilen, hvilket forventes at blive afbalanceret via personalebemandingen.
5. Omsætningen pr. arbejdstime for supermarkeder forudsættes at stige løbende i 10 års perioden, fordi 208 mindre supermarkeder vil lukke, således at større og mere effektive supermarkeder vil blive mere dominerende.
6. Omsætningen pr. arbejdstime for discountbutikkerne forudsættes at stige i perioden 2018-2023, hvor mange af de ældste og mindre discountbutikker vil være lukket og erstattet af større discountbutikker.

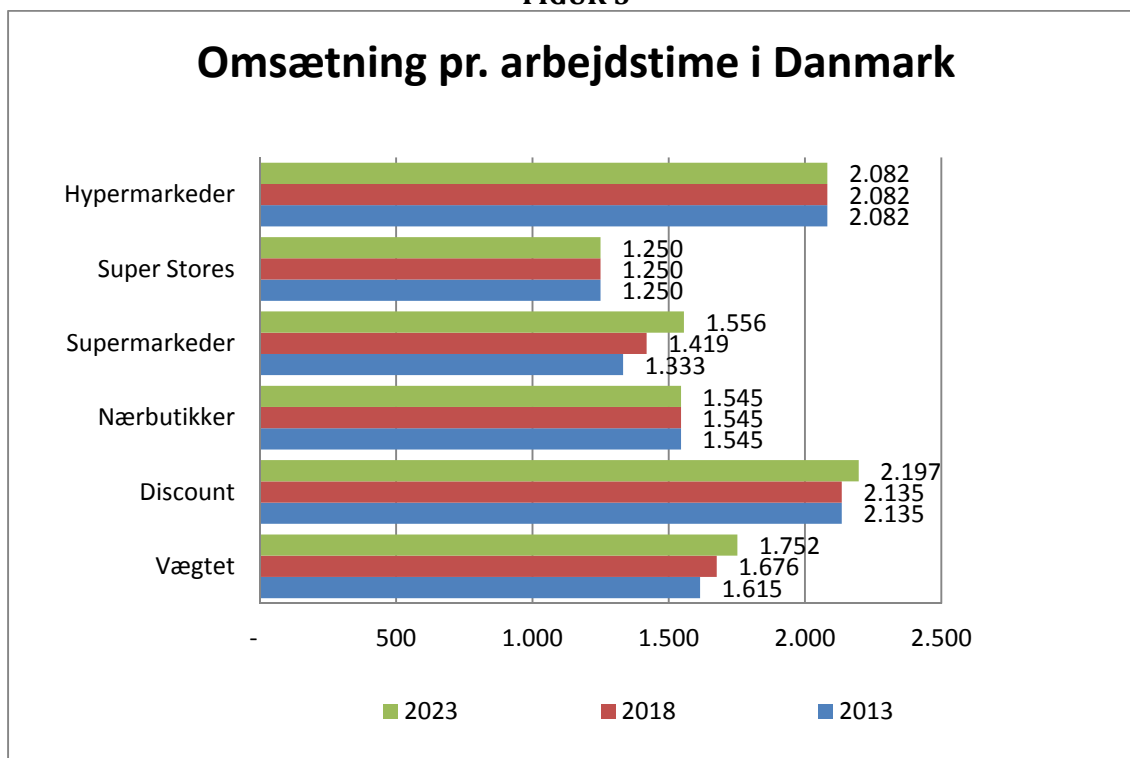
Tabel C: Hovedresultater fra Prognose 2023 ved liberalisering af Planloven

	2013		2018		2023	
	Antal	omsætning	Antal	omsætning	Antal	omsætning
Hypermarkeder	25	8.000	28	9.057	32	10.247
Super Stores	72	10.560	86	12.321	110	15.442
Supermarkeder	888	42.305	780	40.196	688	38.769
Nærbutikker	498	5.669	300	3.786	150	2.227
Discount	1.533	43.146	1.630	46.597	1.650	48.282
Totalt	3.016	109.681	2.824	111.957	2.630	114.967

Note: Omsætningen er i mio. kr. (2013-priser) ekskl. moms

Samlet set vil denne strukturudvikling medføre en produktivitetstigning på 8,5 %, idet det vægtede gennemsnit for dagligvarehandlen vil stige fra 1615 i år 2013 til 1752 i år 2023 (i faste 2013 priser), se figur 5.

FIGUR 5



Produktivitetsforbedringen frem til år 2023 vil opnås som følge af 2 forhold:

1. et reduceret samlet tidsforbrug, dvs. på grund af strukturudviklingen vil mere effektive butikstyper vinde markedsandele og medføre, at arbejdstimeforbruget må forventes at falde med 3,4 % frem til år 2023. Dette fremgår af Tabel D.
2. Dagligvaresektorens butikker forventes samlet set, jf. tabel C, at øge den samlede omsætning i perioden 2013 til 2023 med 4,8 %.

Produktivitetsvæksten på de 8,5 % frem til år 2023 er således 1 % point lavere end de 9,5 %, som vi kan forvente at opnå under den nuværende planlov, jf. beregningerne tidligere i denne rapport (afsnit 5.3).

Hovedforklaringen herpå findes i vore forudsætninger om, jf. figur 5, at superstores ikke forventes at øge arbejdsproduktiviteten i perioden, da denne butikstype under de senere års krise har haft udfordringer.

Tabel D: Dagligvarebutikkernes forventede timeforbrug

	arbejdstimer i alt (i 1.000)		
	2013	2018	2023
Hypermarkeder	3.843	4.350	4.922
Super Stores	8.448	9.856	12.353
Supermarkeder	31.742	28.327	24.916
Nærbutikker	3.669	2.451	1.441
Discount	20.211	21.825	21.976
total	67.912	66.810	65.608

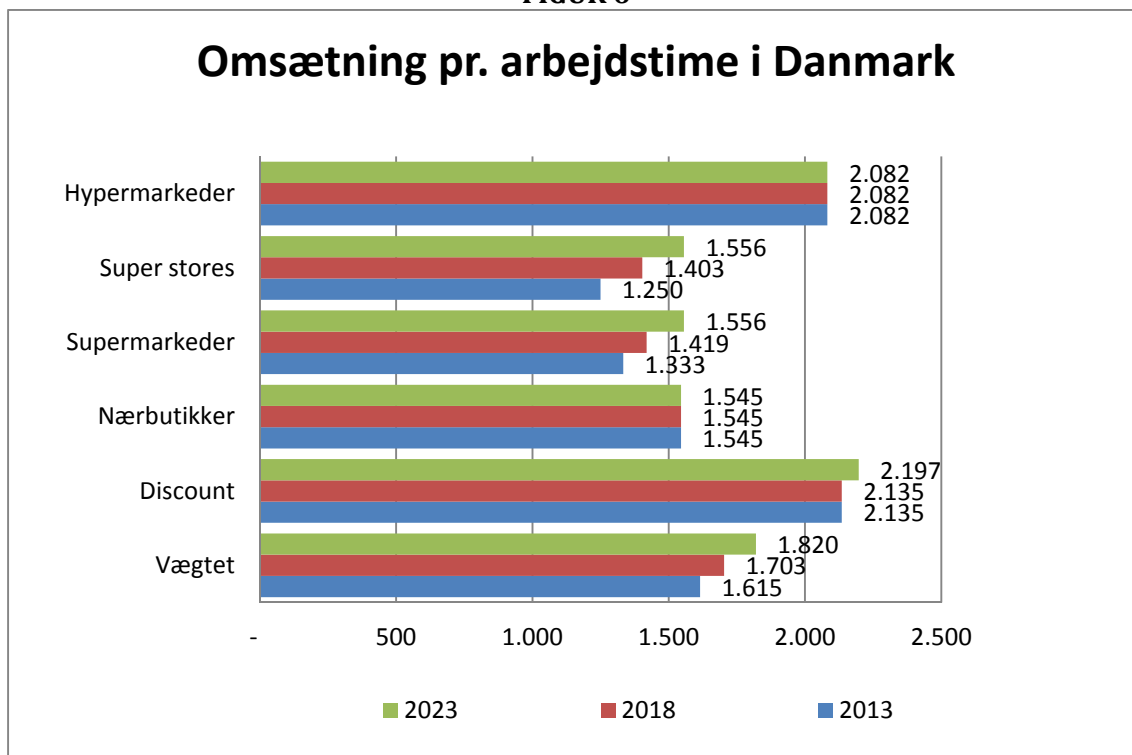
I det følgende har vi foretaget en revideret produktivitetsberegning, baseret på, at superstores får forøget deres produktivitet til at komme på niveau med supermarkedskategorien, se figur 6.

Argumenterne herfor er, at vi får en betydelig vækst i antal superstores, som vil øge professionalismen, samt at superstores får løst deres konceptproblemer inden 2015.

Forudsat at dette lykkes vil branchens samlede normtal for arbejdsproduktivitet så stige fra 1615 i år 2013 til 1820 i år 2023, svarende til en vækst på 12,7 %, se figur 6.

Branchens samlede timeforbrug vil under disse forudsætninger at falde med 7 %, jf. tabel E.

FIGUR 6



Tabel E: Dagligvarebutikkernes forventede timeforbrug

	arbejdstimer i alt (i 1.000)		
	2013	2018	2023
	Hypermarkeder	3.843	4.350
Super Stores	8.448	8.781	9.924
Supermarkeder	31.742	28.327	24.916
Nærbutikker	3.669	2.451	1.441
Discount	20.211	21.825	21.976
total	67.912	65.734	63.179

Denne skønnede produktivitets forbedring på 12,7 % på 10 år er efter alt at dømme betydeligt lavere end den faktisk vil være, idet flere forhold (som også er fremhævet i McKinsey rapporten) vil kunne øge produktiviteten betydeligt, således at vi her i Danmark nærmer os European best practise hurtigere:

- Introduktion af nye og mere effektive butikksformater
- IT investeringer, der reducerer arbejdskraftbehovet og dermed øger salg pr. time
- Best practise kultur via internationalt ejerskab/samarbejde

Udviklingen i Danmark siden 2009, hvorfra McKinsey-analysen udspringer, har på en lang række punkter imødekommet ovenstående punkter:

- De 4 udenlandsk kontrollerede discountkæder Aldi, Lidl, Rema 1000 og KIWI har produktudviklet kædekoncepterne, og flere af disse bygger langt større butikker end før.
- Flere kæder har foretaget store investeringer i IT-systemer, lige fra elektroniske hyldeforkanter til store integrerede systemer, der håndterer automatisk genbestillinger, styrer optimal bemanning etc.
- Best practise er blevet udbredt og omfatter foruden de 4 udenlandske discountkæder også Dansk Supermarked med Netto i 4 lande. Desuden vil NorgesGruppen som hovedaktionær i Dagrofa naturligt tilføre best practise knowhow til Dagrofa kæderne.

Vi har derfor estimeret den forventede produktivitet for dagligvarebranchen år 2023 ved også at indregne best practise effekten for de internationale kæder, vi med sikkerhed vil have i Danmark (Det har vi gjort ved at forøge de internationale kæders effektivitet med 10 % i år 2023, dvs. timeforbruget pr. omsætningskrone er reduceret med 10 %, svarende til 1 % -point årligt).

Figur 7 viser effekten heraf, der er en yderligere effektivisering, således at branchens vægtede normaltal i år 2023 stiger til 1907, svarende til en stigning på 18,1 %.

Den tilsvarende beregning ved uændret planlov jf. kapitel 5.3 viste en vækst på 15,9 %

En liberaliseret planlov vil således – sandsynligvis – kun medføre en begrænset yderligere produktivitetsstigning

FIGUR 7

