



## Analyserapport

Internationaliseringsniveauet i  
dansk dagligvarehandel -  
og en sammenligning af udviklingen  
i Danmark og Sverige.

December 2013

VIDEN TIL VÆR

## Indholdsfortegnelse

1. Sammendrag.....	3
2. Butiksstrukturen i de 6 lande.....	5
3. Internationaliseringsniveauet i de 6 lande.....	9
4. Sammenligning af udviklingen i Danmark og Sverige.....	13

## 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](http://www.retailinstitute.dk) findes der yderligere information om vores unikke viden og kompetencer.

December 2013

Henning Bahr  
Adm. direktør  
Retail Institute Scandinavia A/S

## 1. Sammendrag

### Formål

Nærværende analyserapport har til formål at sammenligne dagligvarehandlens omsætningsstruktur i Danmark med 5 udvalgte EU-lande (Sverige, Tyskland, Frankrig, England og Holland).

Der fokuseres især på forskellene med hensyn til butikstyper samt graden af internationalisering, herunder udenlandsk ejerskab, idet disse forhold ofte fremhæves som afgørende faktorer for, hvor innovativ og produktiv et lands dagligvarehandel er.

### Butiksstruktur

Generelt er dansk dagligvarehandel mere koncentreret end gennemsnittet for de 6 lande, fordi dagligvarebutikkerne i kolonialektoren står for næsten 2/3 af det samlede dagligvareforbrug i Danmark. Den sidste 1/3 af dagligvareforbruget i Danmark omfatter salget i alle øvrige salgskanaler, dvs. kiosksektoren, specialfødevarerhandlen, restaurationssektoren og nethandel.

Danmark er – som Tyskland – stærkt domineret af discountbutikker, mens vi har en lidt mindre omsætningsandel, når det gælder storbutikker (hypermarkeder og superstores samlet set) i forhold til gennemsnittet for de 6 lande.

Det er værd at bemærke, at befolkningsgrundlaget pr. storbutik i Danmark er stort set det samme som i Sverige og England (30-32.000 indbyggere), mens Tyskland og Frankrig har et betydeligt større befolkningsgrundlag pr. storbutik (47-55.000 indbyggere).

### Udenlandsk ejerskab

Når det gælder udenlandsk ejerskab af koncerner/kæder i dagligvarehandlen, ligger Danmark på en suveræn 1. plads, idet udenlandsk ejerskab står for 33 % af omsætningen.

På 2. pladsen finder vi England med 24 %, og på 3. pladsen ligger Holland med 19 %.

I Danmark står udenlandsk ejerskab for 50 % af omsætningen, når vi ser på supermarkeder og nærbutikker samlet set, og 42 %, når vi ser på discountbutikkerne.

### Danmark contra Sverige

Sverige har generelt de seneste 15 år haft en højere realvækst i BNP end Danmark, der til gengæld i størstedelen af perioden 1983-1997 havde højere BNP vækst end Sverige.

Sammenligner vi udviklingen i dagligvarehandlen siden 1990 i Danmark og Sverige, så har vi i Danmark i 1990'erne haft en betydeligt kraftigere strukturudvikling, end tilfældet var i Sverige.

Det skyldes, at discountkæderne voksede meget kraftigt i Danmark, hvorimod de først er begyndt at etablere sig i Sverige efter år 2000, hvor Lidl og Netto har etableret sig.

Vi fik også i 1990'erne flere storbutikker i Danmark, dog begrænset af planlovens bestemmelser.

De seneste 10 år har Sverige haft en betydelig strukturudvikling i dagligvarehandlen, især drevet af storbutikkerne, der har været i kraftig vækst. Udviklingen i Sverige kan ikke forklares ved ændringer i den svenske planlov, der siden midten af 1990'erne har været uændret.

I samme periode har dansk dagligvarehandel fortsat oplevet en voldsom etablering af discountbutikker - den mest produktive butikstype i dagligvarehandlen - idet 6 kæder ønsker at være landsdækkende.

Samlet set har vi i Danmark haft en kontinuerlig og kraftig strukturudvikling – og dermed produktivitetsudvikling - i dagligvarehandlen de sidste 25 år, uanset om vi har haft højkonjunktur eller lavkonjunktur.

Sverige har derimod først langt senere, nemlig i løbet af de sidste 10 år, haft en omfattende strukturudvikling i dagligvarehandlen.

Sammenligninger af produktivitsudviklingen i dagligvarehandlen mellem lande bør således foretages over længere perioder, da hvert land ofte gennemlever forskellige "livsløbsfaser" på forskellige tidspunkter helt afhængig af efterspørgsels – og udbudsforhold.

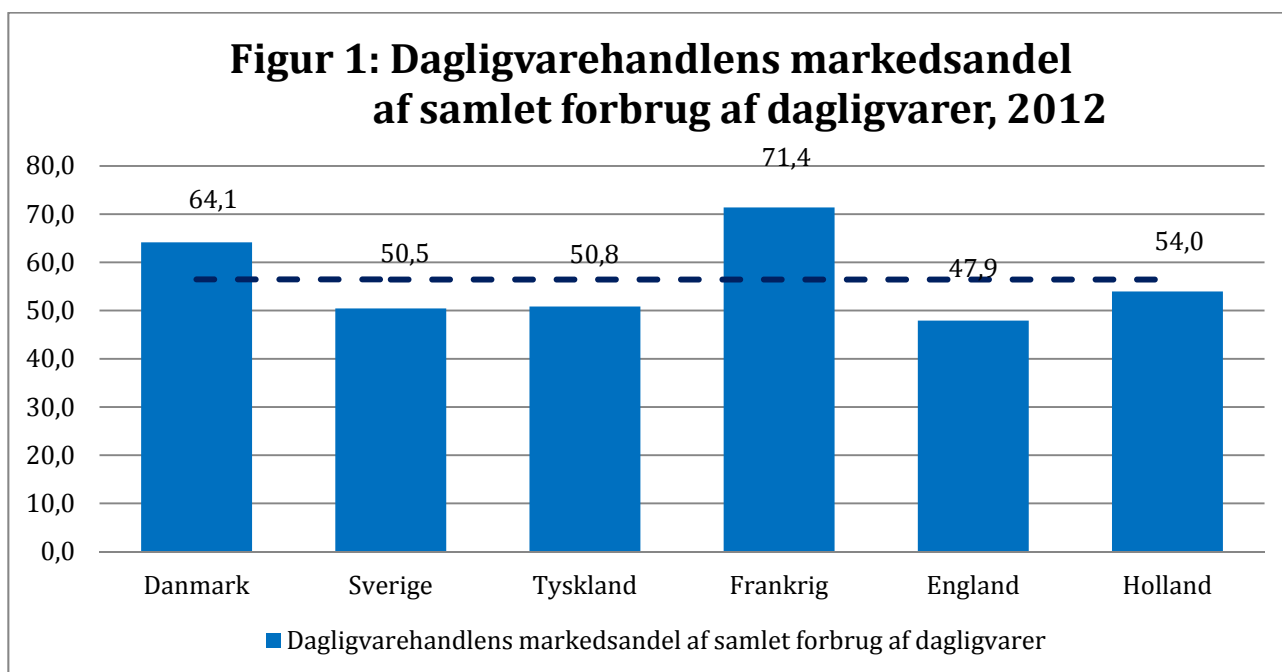
## 2. Butiksstrukturen i de 6 lande

Figur 1 viser for Danmark og 5 andre lande, hvor stor en omsætningsandel dagligvarehandlens kæder har af forbrugernes samlede forbrug af dagligvarer.

Dagligvarehandlen defineres af Planet Retail som omfattende følgende butikstyper:

- hypermarkets
- superstores
- supermarkets
- neighbourhood stores
- discount stores.

Planet Retail klassificerer ikke udelukkende efter salgsarealer, men også efter kædekoncept, således at alle en kædes butikker normalt henføres til én butikstype (f.eks. vil alle Føtex – og Kvickly-butikkerne være placeret under superstores, selvom alle butikkerne ikke er på mindst 2500 m<sup>2</sup> salgsareal).



Kilde: Planet Retail 2013: total grocery sales (food, drink, tobacco, household & petcare, and health & beauty) as a percentage of total market spend by consumers on total grocery (food, drink, tobacco, household & petcare, and health & beauty).

Planet Retail's definitioner er således anderledes end dem, vi anvender i dansk butiksregister hos Retail Institute Scandinavia. Dette vil således overvurdere betydningen af hypermarkeder og superstores på bekostning af supermarkederne, hvilket kan medføre, at man også overvurderer produktiviteten for hypermarkeder og superstores tilsvarende.

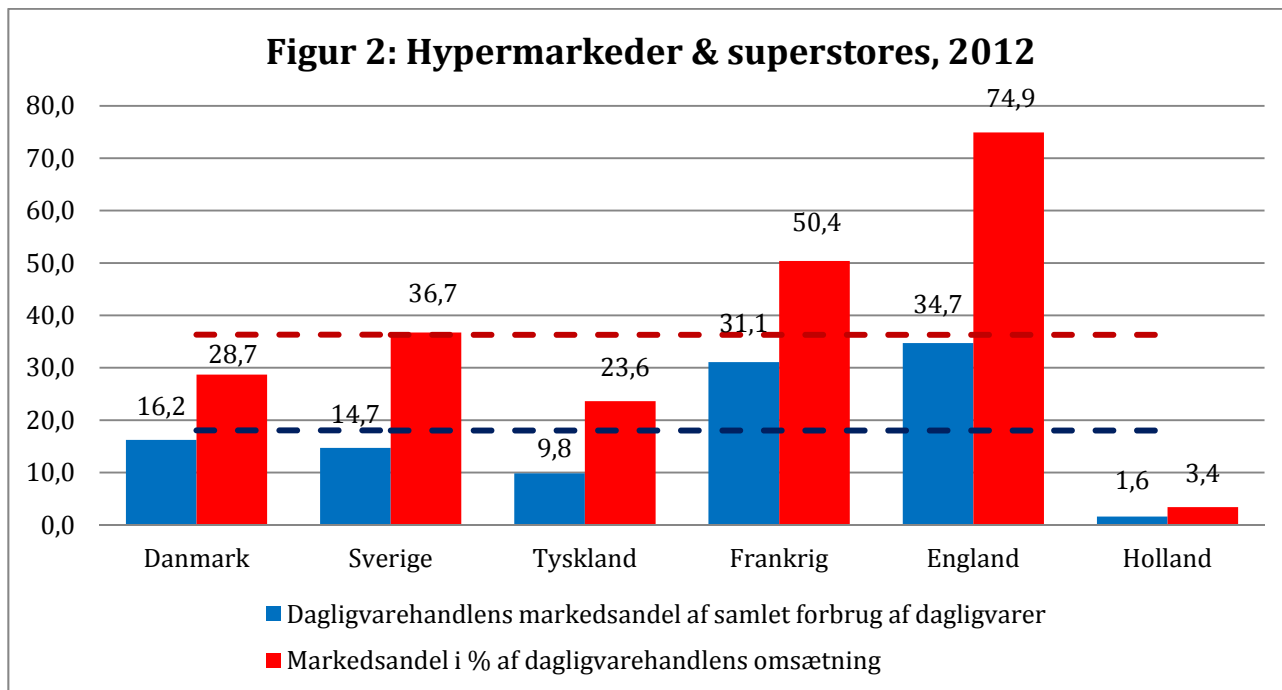
Vi vurderer dog, at Planet Retail's butikstypedefinitioner ikke er noget større problem i forbindelse med nærværende analyse, da definitionerne er konsistente i alle de lande, der analyseres og sammenlignes med.

Figur 1 viser for hvert af de 6 lande dagligvarehandlens markedsandel af det samlede forbrug af dagligvarer. Den øvrige del af dagligvareforbruget købes i andre salgskanaler, som f.eks. kiosksektoren, specialfødevarerhandlen, restaurationsbranchen, gårdbutikker og via nethandel.

Det ses af figur 1, at Danmark ligger på 2. pladsen, når det gælder dagligvarebranchens omsætningsandel af samlet dagligvareforbrug. Det viser, at Danmark har en relativ

velorganiseret dagligvarehandel, hvor specialhandelen har en mindre betydning end tilfældet tilsyneladende er i England, som ligger sidst på 6. pladsen.

Det stemmer godt med den faktiske udvikling i Danmark, hvor fødevarer-specialhandlen har tabt omsætning gennem mange år til netop den organiserede dagligvarehandel, mens specialhandlen i England fortsat står stærkt.



Kilde: Planet Retail 2013

Figur 2 viser for Danmark og de 5 andre lande, hvilken markedsandel hypermarkeder og superstores har samlet set.

Den blå søjle viser markedsandelen beregnet som % af samlet dagligvareforbrug, mens den røde søjle tilsvarende viser markedsandelen beregnet i forhold til dagligvarehandelens omsætning (kolonialsektorens butiksnet).

I Danmark udgør omsætningen i hypermarkeder og superstores således 16,2 % af det samlede dagligvareforbrug, svarende til 28,7 % af dagligvarehandelens omsætning.

Figur 2 viser tydeligt, at hypermarkeder og superstores samlet set har størst betydning i England og Frankrig, hvor de har over 30 % af det samlede dagligvareforbrug, mens disse butikstyper stort set ikke findes i Holland.

Danmark og Sverige ligner hinanden, når det gælder disse butikstypers samlede andel af dagligvareforbruget, men hypermarkeder og superstores har internt i dagligvarehandlen en noget større markedsandel i Sverige, end tilfældet er i Danmark.

I England er hypermarkeder og superstores stærkt dominerende internt i dagligvarehandlen med 75 % af omsætningen.

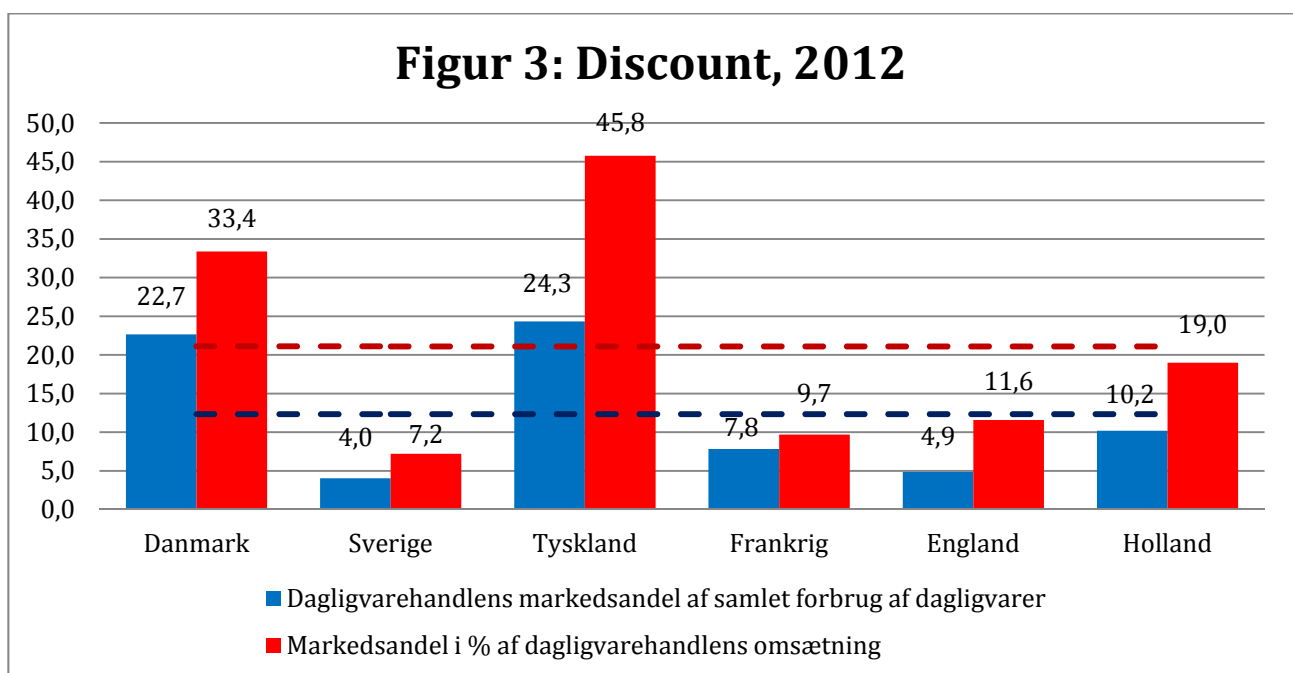
Sverige er det land, der ligger tættest på gennemsnittet for de 6 lande (de stiplede vandrette streger i figur 2).

Beregner man antal indbyggere pr. storbutik (hypermarkeder og superstores) for hvert land, så ligger Danmark, Sverige og England på samme niveau med omkring 30-33.000 indbyggere pr. storbutik, mens Tyskland og Frankrig har betydeligt flere indbyggere pr. storbutik, nemlig 47-54.000, se tabellen nedenfor.

**Tabel 1:**  
**Antal indbyggere pr. storbutik (hypermarkeder og superstores i alt) for hvert land.**

Land	Indbyggere
Danmark	29.961
Tyskland	46.843
Frankrig	54.467
Holland	349.574
Sverige	29.769
England	32.613

Kilde: Planet Retail



Kilde: Planet Retail 2013

Som det ses af figur 3's blå søjler, har discountbutikker langt den største betydning i Tyskland og Danmark, hvor over 22 % af det samlede forbrug af dagligvarer lægges i discountbutikker. Discountbutikkerne i Tyskland har således, jf. den røde søjle i figur 3, over 45 % af tysk dagligvarehandels omsætning, mens det tilsvarende tal for Danmark er godt 33% ifølge Planet Retail (hvilket er en undervurdering af det faktiske tal, der ifølge dansk butiksregister er på 39 %).

I forhold til de øvrige 4 lande er Danmark i særklasse præget af discountkædernes dominans, mens Sverige ligger på et særdeles lavt niveau.

Holland er det land, der ligger tættest på gennemsnittet for de 6 lande (de stiplede vandrette streger i figur 3).

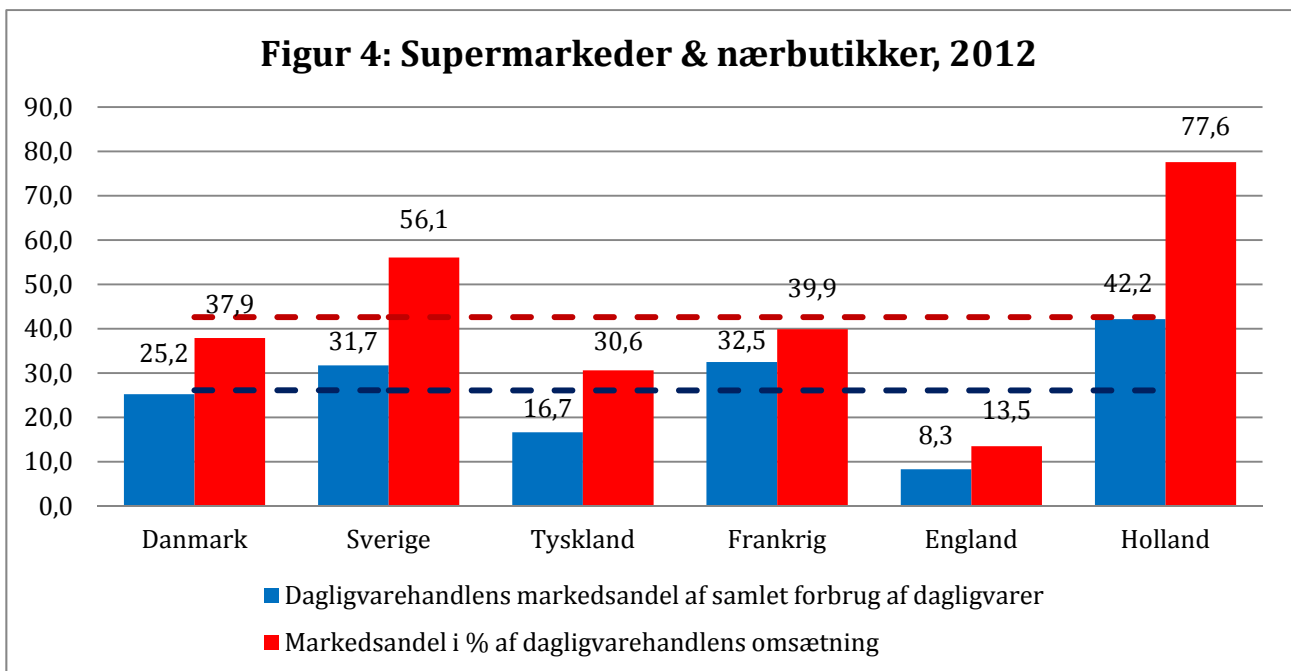
Beregner man antal indbyggere pr. discountbutik for hvert land, er Danmark og Tyskland suverænt de lande, der har færrest indbyggere pr. butik, mens de øvrige lande har betydeligt større befolkningsgrundlag pr. butik se tabel 2.



**Tabel 2:**  
**Antal indbyggere pr. discountbutik pr. land**

Land	Indbyggere
Danmark	3.655
Tyskland	4.588
Frankrig	14.463
Holland	16.746
Sverige	26.325
England	17.119

Kilde Planet Retail



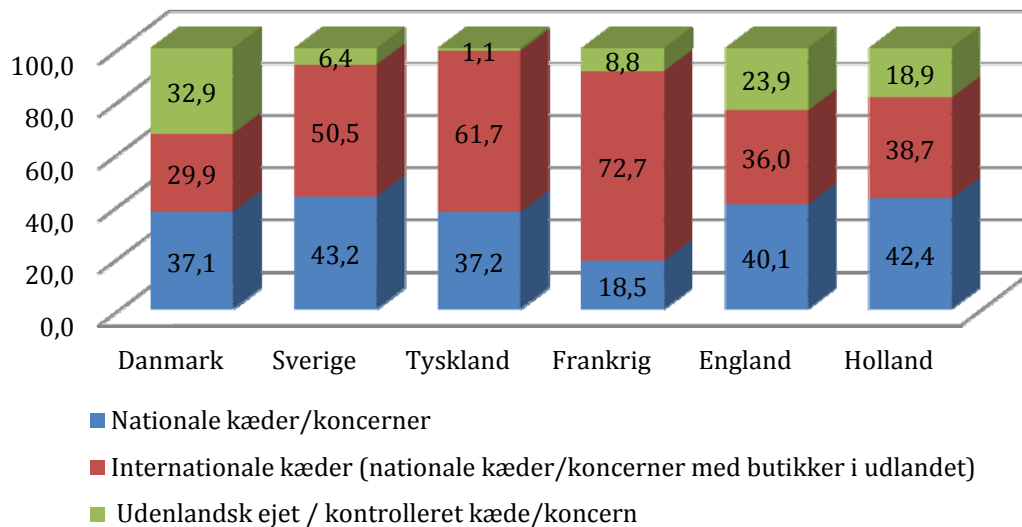
Kilde: Planet Retail

Supermarkeder og nærbutikker har størst betydning i Holland og mindst betydning i England. Disse traditionelle butikstyper har langt større betydning i Sverige end tilfældet er i Danmark. Især er det iøjnefaldende (jf. de røde søjler), at butikstyperne i Sverige har langt over halvdelen af omsætningen i dagligvarehandlen, mens tallet i Danmark kun er 38 %.

Dette skal naturligvis ses i sammenhæng med, at der fortsat i Sverige er en relativt lille discountsektor med en meget beskedne markedsandel, jf. figur 3.

Danmark er det land, der ligger tættest på gennemsnittet for de 6 lande (de stiplede vandrette streger i figur 4).

**Figur 5: Dagligvarehandelens omsætning i procentdel efter ejerforhold, 2012**



Kilde: Planet Retail, 2013

### 3. Internationaliseringsniveauet i de 6 lande

Vi har i figur 5 opdelt omsætningen i dagligvarehandlen efter ejerforhold, jf. forklaringen under søjlerne.

Den grønne del af hvert lands søjle angiver således, hvor stor en procentdel af den samlede dagligvarehandels omsætning udenlandsk ejede eller kontrollerede dagligvarekoncerner/kæder har.

Danmark ligger her på 1. pladsen i forhold til de 5 øvrige lande, der er sammenlignet med, mens England ligger på 2. pladsen og Holland på 3. pladsen.

De udenlandske kæder/koncerner omfatter for Danmarks vedkommende: Aldi, Lidl, Reitan og nu også Dagrofa, idet NorgesGruppen ejer 49 % af aktiekapitalen.

I England er det som bekendt Walmart, der ejer Asda, og dermed har en markant markedsposition.

I Holland er det Lidl og Aldi, der dominerer i discountsegmentet.

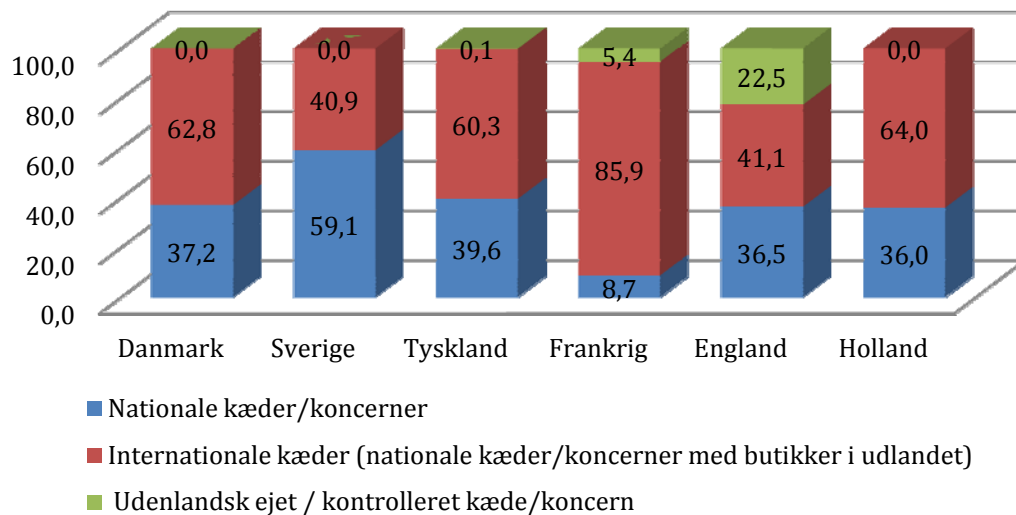
Udenlandsk ejerskab ligger på et meget lavt niveau i Sverige, hvor Lidl og Netto er i vækst. Ahold har tidligere haft en aktiepost på 60 % i ICA, men den blev solgt til Hakon Invest i februar 2013.

Fransk dagligvarehandel er domineret af store internationale aktører med oprindelsesland Frankrig: Auchan, Casino, Carrefour og LeClerc.

McKinsey-rapporten, 2010: Creating economic growth in Denmark through competition, fremhævede (side 136), at vi i Danmark kun havde 2 ud af de 10 største europæiske retailere repræsenteret i dagligvarehandlen, hvilket er korrekt.

Men til gengæld har Danmark tiltrukket 2 norske retailere: ReitanGruppen og NorgesGruppen, der således – sammen med Aldi og Lidl – sikrer Danmark 1. pladsen i udenlandsk ejerskab, jf. figur 5.

**Figur 6: Hypermarkeder & superstores  
Omsætning i procentdel efter ejerforhold, 2012**



Kilde: Planet Retail 2013

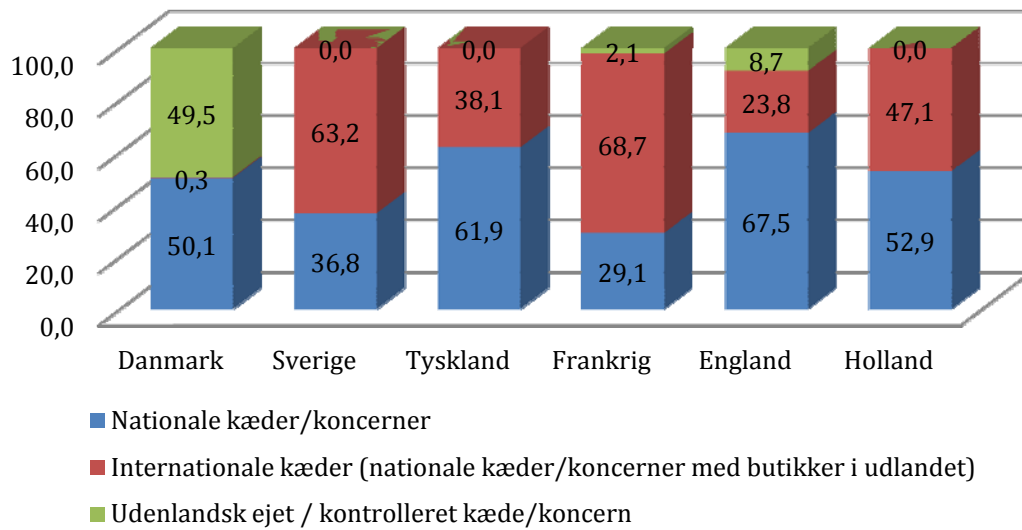
Kun i England har en udenlandsk koncern en betydelig markedsandel inden for hypermarkeder og superstores, idet Walmart ejer Asda, se figur 6.

Walmart etablerede sig i Tyskland via opkøb i 1997, men trak sig ud igen i 2005 ved at sælge sine 85 butikker til Metro, der lagde dem ind i Real-kæden.

Mange andre koncerner har tilsvarende haft fiasko netop i Tyskland gennem årene: Intermarché, Castorama og Prénétal fra Frankrig, Marks & Spencer fra England og Oviessse fra Italien.

I Danmark dominerer Dansk Supermarked via Bilka og Føtex i dette segment. Dansk Supermarked er klassificeret som en international koncern, idet Netto kæden findes i Sverige, Tyskland og Polen.

**Figur 7: Supermarkeder & nærbutikker  
Omsætning i procentdel efter ejerforhold, 2012**

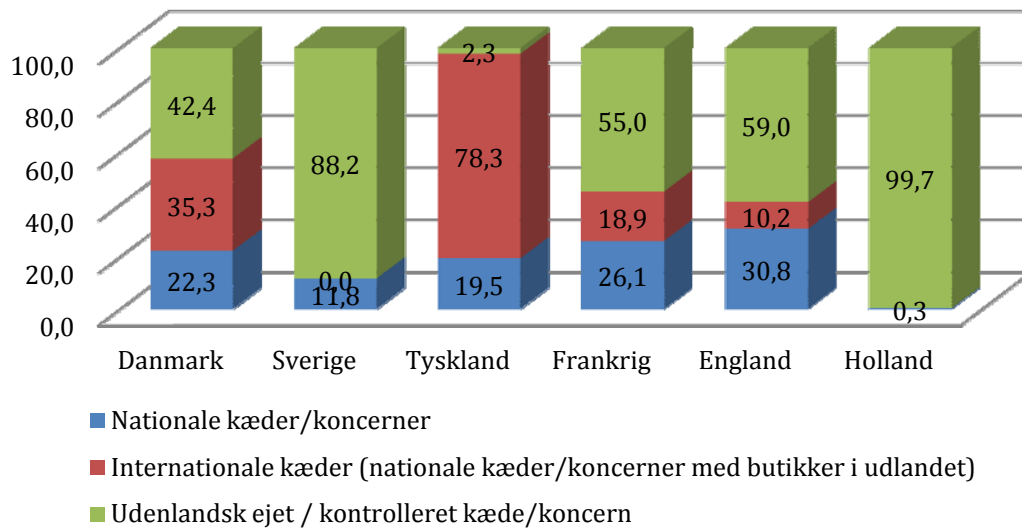


Kilde: Planet Retail

Ser vi på supermarkeder og nærbutikker, er Danmark, se figur 7, det land med højest udenlandsk ejerskab.

Det skyldes, at NorgesGruppen her ultimo 2013 er indtrådt som hovedaktionær i Dagrofa.

**Figur 8: Discountbutikker**  
**Omsætning i procentdel efter ejerforhold, 2012**



Kilde: Planet Retail

Ser vi på discountsegmentet, viser figur 8 tydeligt, at det i Holland (Lidl og Aldi) og Sverige (Lidl og Netto) er udenlandske kæder, der kontrollerer udviklingen totalt. Til gengæld er discountsektoren betragteligt mindre i disse to lande, end det er tilfældet i Danmark.

I Danmark er discountsegmentet 3-delt mellem udenlandske aktører (Aldi, Lidl, Rema 1000 og Kiwi), international aktør (Netto) og national aktør (Fakta).

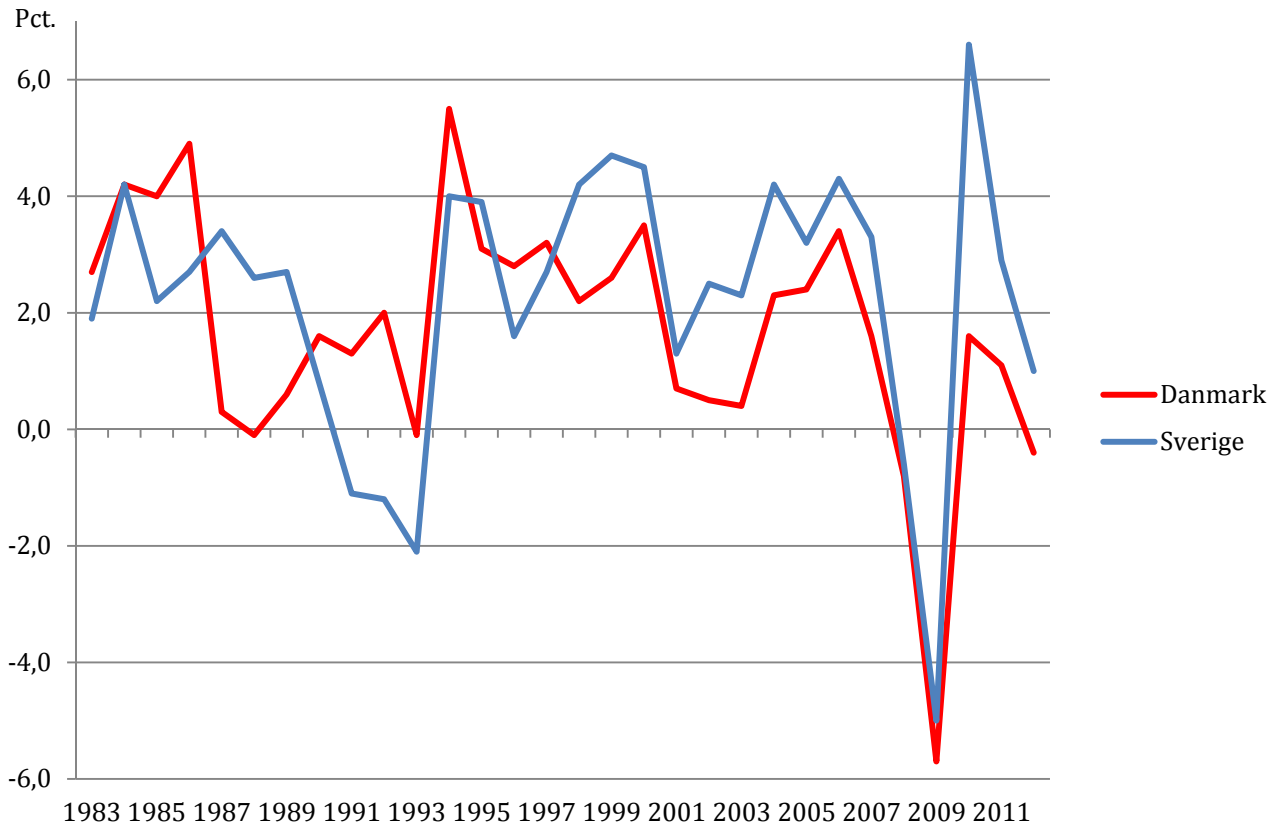
I Tyskland er det Aldi og Lidl, der som internationale aktører dominerer kraftigt.

#### 4. Sammenligning af udviklingen i Danmark og Sverige

Som det ses af figur 9, har Sverige siden 1997 haft en højere BNP realvækst end Danmark, der til gengæld i perioden 1983 – 1997 oftest havde en højere realvækst end Sverige.

Nedenfor gennemgås kortfattet for hvert land den økonomiske udvikling.

**Figur 9: Realvæksten i BNP**



Kilde: Eurostat

#### Den økonomiske udvikling i Danmark

- **1983-1986 – Højkonjunktur**

Efter 2. oliekrise i 1980-82 rettede den danske økonomi sig relativt hurtigt op. Dette skyldes blandt andet, at man i Danmark oplevede et kraftigt fald i renteniveauet som førte til, at mange virksomheder gik i gang med at udvide deres produktionsanlæg. Faldet i renteniveauet betød også et opsving i boligbyggeriet. Den stigende produktion i perioden krævede mere arbejdskraft, og derfor faldt arbejdsløsheden markant. Højkonjunktoren fik ligeledes det private forbrug til at stige, hvilket førte til et stort underskud på betalingsbalancen i 1986. Dette fik politikerne til at slå bremsen i.

- **1987-1993 – Lavkonjunktur**

Grundet store underskud på betalingsbalancen følte politikerne sig nødsaget til at gribe ind og sænke det private forbrug. Dette gjorde de ved den såkaldte "Kartoffelkur" i oktober 1986 og skattereformen, der trådte i kraft i 1987. I korte træk betød det, at det blev meget dyrere at låne til forbrug og finansiering af huskøb. Dette medførte en voldsom nedgang i salget af bl.a. biler og varige forbrugsgoder, og

ligeledes førte det til, at boligbyggeriet langsomt afdæmpedes. Mens verdensøkonomien således i slutningen af 1980'erne var inde i et kraftigt opsving, var den danske økonomi underdrejet grundet nationale forhold. Alt dette førte også til, at arbejdsløsheden steg i 7 år i træk.

- **1994-2000 – Højkonjunktur**

Fra midten af 1993 til starten af 1994 begyndte dansk økonomi lige så langsomt at se en bedring. Danskerne fik deres forbrugslust tilbage.

Det var specielt to forhold, der satte gang i forbruget. Det ene var, at renten i slutningen af 1993 faldt markant, og det andet, at der blev gennemført skattelettelser i 1994, som øgede den disponible indkomst.

Dette satte gang i produktionen, som førte til fald i arbejdsløsheden.

Modsat situationen i 80'erne, hvor opsvinget førte til stigende inflation og betalingsbalance-underskud, formåede man denne gang at holde det nogenlunde under kontrol.

Dette blev blandt andet gjort ved *"Pinsepakken"*, der ændrede på skatteregler, således at skattefordelen ved at eje blev mindre. Dette øgede derfor boligudgifterne og sænkede det private forbrug.

- **2001-2003 – Lavkonjunktur**

Den såkaldte IT-krise i USA førte til, at den globale økonomi i denne periode var ramt af en afmatning eller vækstpause.

I Danmark betød det imidlertid, at BNP-væksten ikke var nær så høj som i 90'erne, men det betød dog ikke, at arbejdsløsheden for alvor begyndte at stige, som ellers set tidligere.

Krisen betød, at folk var lidt tilbageholdende med deres forbrug, og det samlede private forbrug faldt derfor i denne periode.

- **2004-2007 – Højkonjunktur**

Efter IT-krisen begyndte den globale økonomi langsomt at vise tegn på bedring.

For at sætte gang i hjulene gennemførte regeringen skattelettelser i 2003 og 2004.

I løbet af perioden betød en lav rente og stigende ejendomspriser, at det private forbrug igen øgedes.

Dette fik produktionen til at stige, og arbejdsløsheden begyndte at falde og nåede et rekord lavt niveau i 2005.

- **2008-2012 – Lavkonjunktur**

De stigende ejendomspriser i USA kombineret med bankernes overdrevne lyst til at låne penge ud fik skabt den såkaldte boligboble, som i slutningen af 2007 bristede.

Dette rev den globale økonomi ud af højkonjunktoren og direkte i recession og førte til den største krise i nyere tid.

Det fik det private forbrug til at falde drastisk og ligeledes produktionen. Den faldende produktion fik arbejdsløsheden til at stige.

Dette er imidlertid langsomt begyndt at vende, og økonomien viser svage tegn på bedring.

## Den økonomiske udvikling i Sverige

- **1983-1989 - Højkonjunktur**

Efter 2. oliekrise i 1980-82 begyndte økonomien at vise tegn på, at den var i bedring.

Dette blev hjulpet på vej af, at regeringen i perioden valgte at deregulere finansmarkederne, og specielt liberaliseringen af lånereglerne satte gang i udlån fra bankernes side. Der blev ydet store lån til specielt boligsektoren.

Dette førte til en stigning i det private forbrug, som blev forstærket af stigende ejendomspriser, der satte skub i det lånefinansierede forbrug. Dette var med til at sætte gang i produktionen, og arbejdsløsheden faldt.

Der var imidlertid også nogle negative effekter ved denne forbrugsfest. Det førte nemlig til meget høj inflation, der forværrede konkurrenceevnen og dermed betalingsbalancen.

- **1990-1993 - Lavkonjunktur**

Overophedningen af økonomien fra midt til slut 80'erne endte med, at denne bank- og finansboble sprængte i starten af 90'erne. Det medførte stigende renter og dermed et enormt fald i det private forbrug.

På grund af massive tab var den svenske banksektor ved at kollapse og havde sandsynligvis gjort det, hvis ikke den svenske stat havde grebet ind og støttet bankerne massivt.

Denne finansielle krise betød, at der opstod mistillid til, hvorvidt den svenske Riksbank kunne bibeholde deres fastkurs politik. Det fik valutaspekulanter til at spekulere imod fastkursen og fik i sidste ende den konsekvens, at Riksbanken måtte opgive fastkurspolitikken.

Efter fastkursen var blevet opgivet, deprecierede den svenske krone kraftigt, hvilket var til glæde for den svenske eksport. Dog ikke nok til at vende økonomien.

Den usikre situation betød, at renterne forblev høje, og regeringen måtte føre en stram økonomisk politik for at imødekomme denne udvikling og stabilisere økonomien.

- **1994-2000 - Højkonjunktur**

Denne stabilitetsorienterede politik gav resultater, og renterne faldt i sidste halvdel af 90'erne.

Dette fik det private forbrug til langsomt at stige, hvilket ligeledes gjaldt produktionen. Arbejdsløsheden begyndte dog først at falde i slutningen af 90'erne.

- **2001-2003 Lavkonjunktur**

Grundet IT-boblen, der brast i 2001, var der en international afmatning af økonomien, hvilket også påvirkede Sverige.

Det førte til faldende produktion, faldende privatforbrug og stigende arbejdsløshed.

Krisen var dog mild i forhold til krisen i start 90'erne, men fik økonomien til at holde en pause fra væksten.

- **2004-2007 Højkonjunktur**

Den globale økonomi begyndte langsomt at vise tegn på bedring efter IT-krisen, og dette påvirkede selvfølgelig også Sverige.

Den faldende rente samt stigende ejendomspriser, betød at det private forbrug begyndte at stige.

Samtidigt begyndte arbejdsløsheden at falde, og økonomien begyndte alt i alt at se ud til at være inde i en sund udvikling.

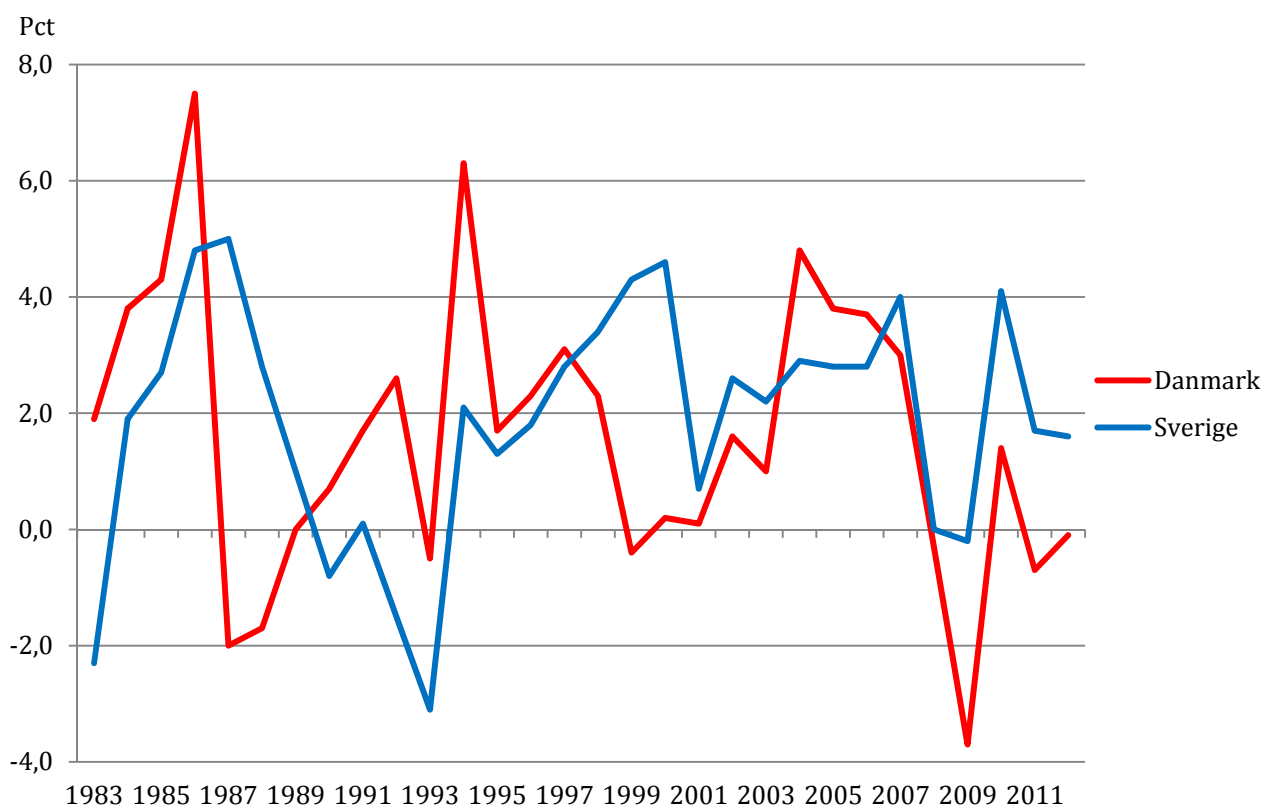


I samme periode blev der gennemført skattelettelser for især lav- og mellemindkomster, hvilket ligeledes bidrog til en positiv økonomisk udvikling.

- **2008-2012 Lavkonjunktur**

Finanskrisen ramte Sverige. Den medførte et fald i produktionen og ligeledes privatforbruget, men kun for en kort stund. Sverige oplevede nemlig kun negativ vækst i 2009, for allerede i 2010 blev dette vendt til positiv vækst. Dette skyldes blandt andet Sveriges indgang til krisen. Sverige havde ved krisens start sunde offentlige finanser, hvilket betød, at de havde et stort råderum til at foretage stimuleringer af økonomien. Samlet set betød det, at Sverige kom hurtigere ud af krisen end blandt andre Danmark, og Sverige har derfor ikke oplevet de samme negative økonomiske følgevirkninger.

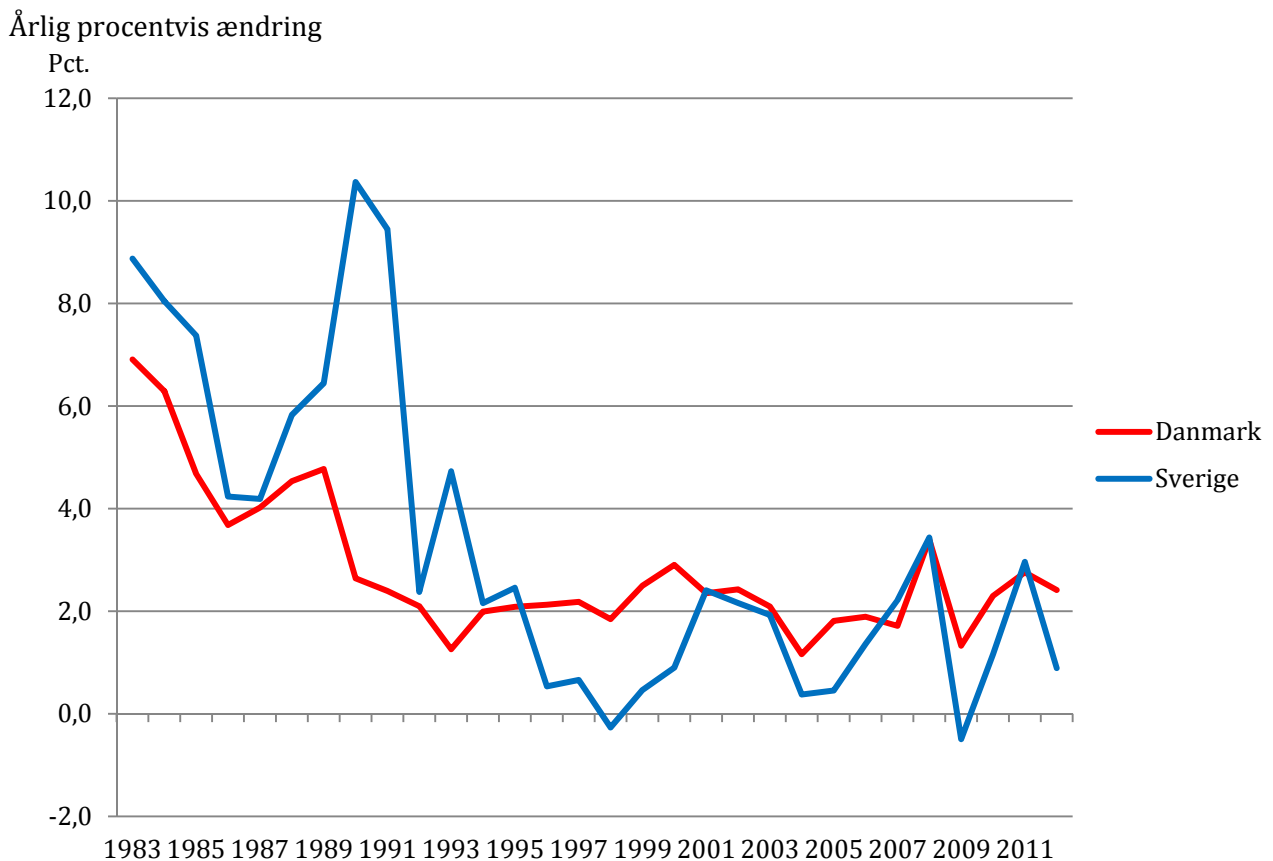
**Figur 10: Realvæksten i husholdningernes forbrug**



Kilde: Eurostat

Som det ses af figur 10 er realvæksten i svenske husholdningers forbrug stegt pænt de seneste år, hvilket hænger sammen med væksten i BNP, men også det faldende svenske skatte- og afgiftstryk, se figur 12.

**Figur 11: Forbrugerprisindeks**

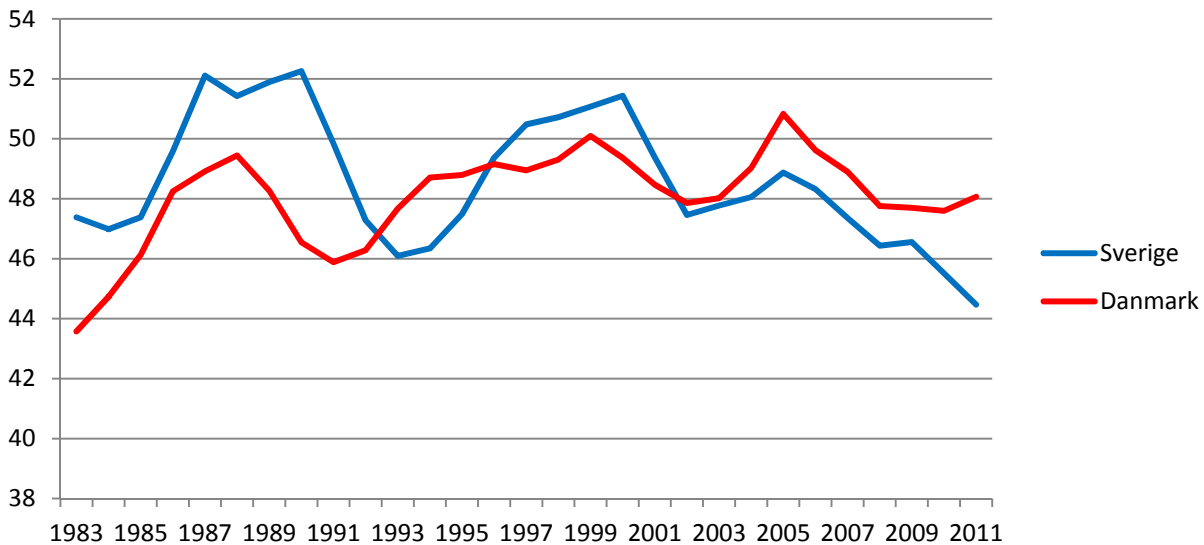


Kilde: OECD, Economic Outlook No. 93

Af ovenstående ses det, at inflationen i hhv. Danmark og Sverige igennem perioden har ligget på et nogenlunde ens niveau på nær det store udsving i starten af 90'erne, som skyldes den førromtalte overophedning af den svenske økonomi.

Grunden til, at inflationen de senere år har ligget nogenlunde stabil, skyldes, at både den svenske og den danske nationalbank fører en inflationsstabiliserende politik med et inflationsmål på 2 pct. årligt.

**Figur 12: Skatter og afgifter i alt for Danmark og Sverige i pct. af BNP**



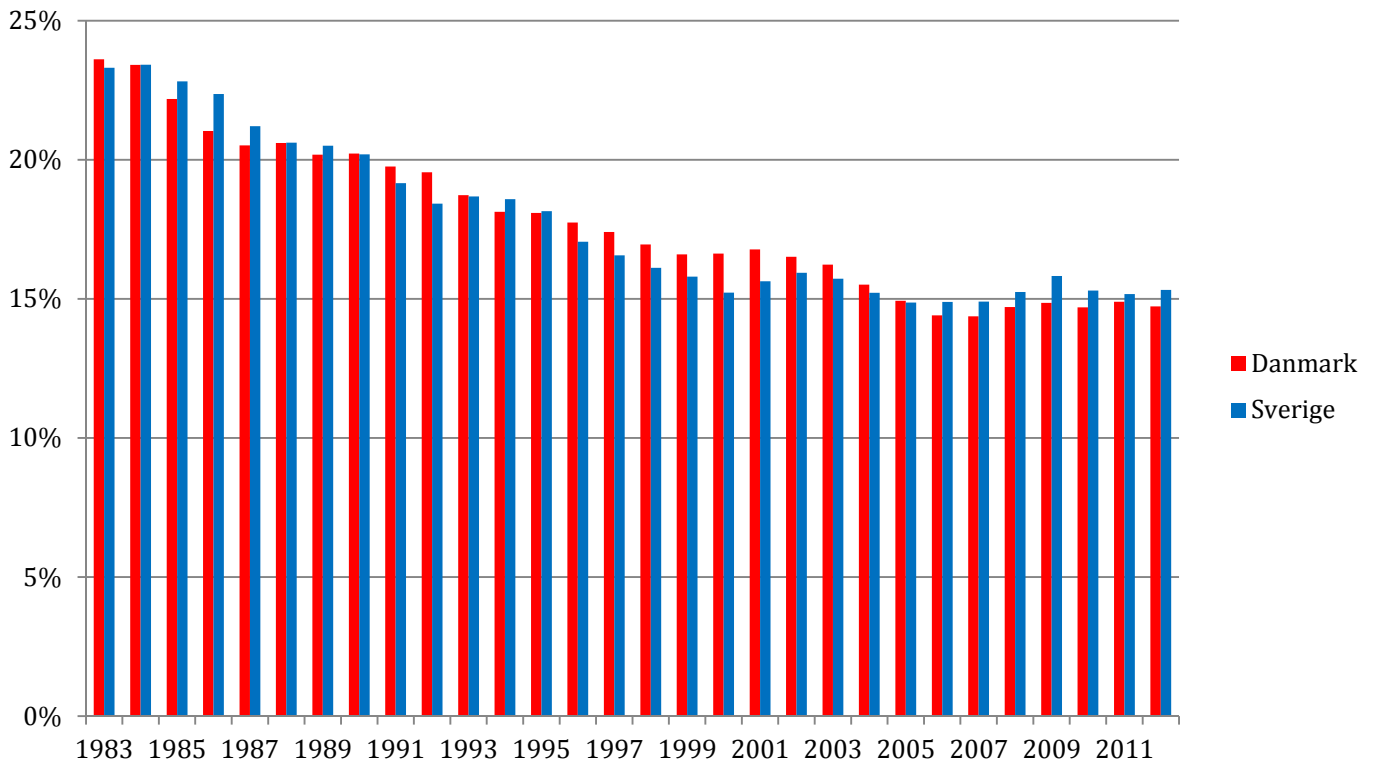
Kilde: OECD

Det ses af ovenstående figur 12, at det svenske skattetryk frem til starten af 00'erne har været højere end det danske. Herefter falder det svenske skattetryk til at ligge under det danske og i 2011 endda markant lavere end det danske.

Der skal dog tages forbehold for, at skattetrykket er udtrykt som skatter og afgifters andel af BNP, og derfor vil en høj BNPvækst, alt andet lige, betyde et lavere skattetryk.

På trods af dette kan man dog godt tillade sig at konkludere, at det svenske skattetryk i dag er lavere end det danske, hvilket giver det svenske folk flere penge at forbruge eller spare op end det danske.

**Figur 13: Fødevarer, drikkevarer og tobaks andel af husholdningernes samlede forbrug**

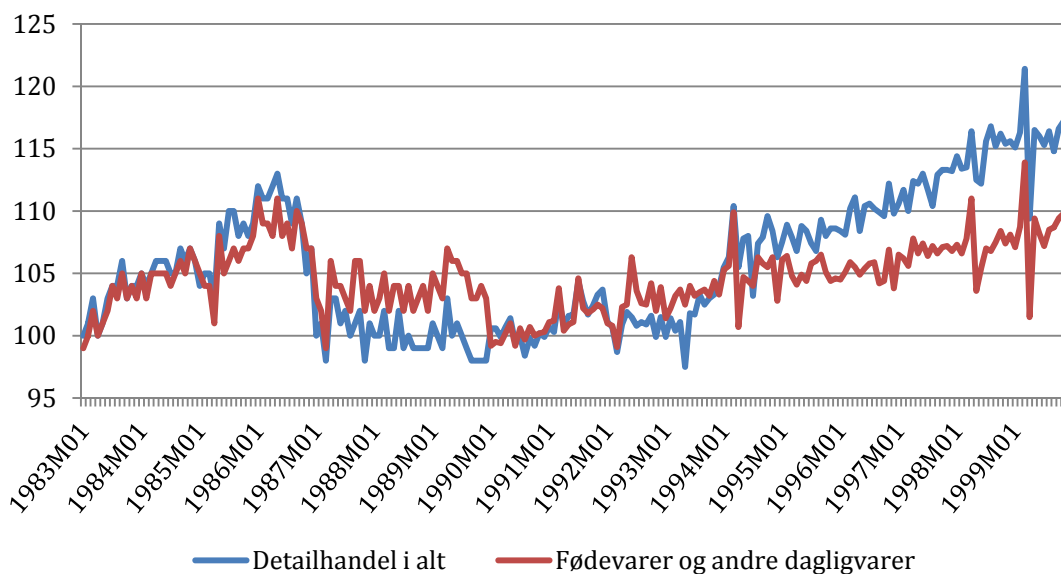


Kilde: Danmarks Statistik og SCB

Af ovenstående figur ses det, at der både i Danmark og Sverige har været en trend: forbruget af føde- og drikkevarer samt tobak i alt har udgjort en faldende andel af husholdningernes samlede forbrug.

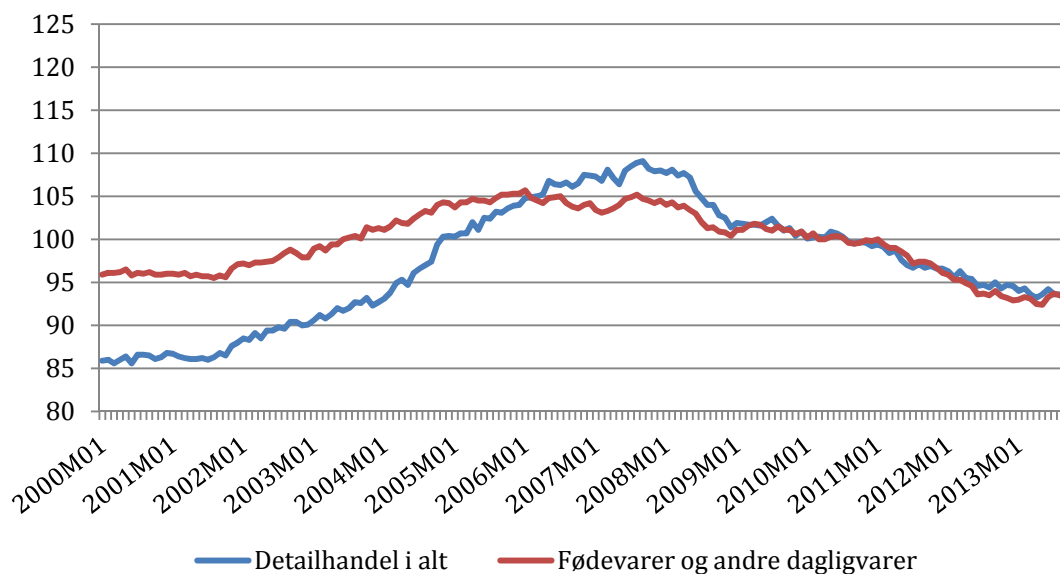
Dette skyldes primært, at både Danmark og Sverige som samfund er blevet rigere, og dermed bruger befolkningen en mindre andel af indkomsten på netop fødevarer. For danske forbrugere er den stærkt stigende discountsektor også en forklarende faktor.

**Figur 14: Danmark - Detailomsætningsindeks (1990=100)  
Sæsonkorregeret mængdeindeks**



Kilde: Danmarks Statistik

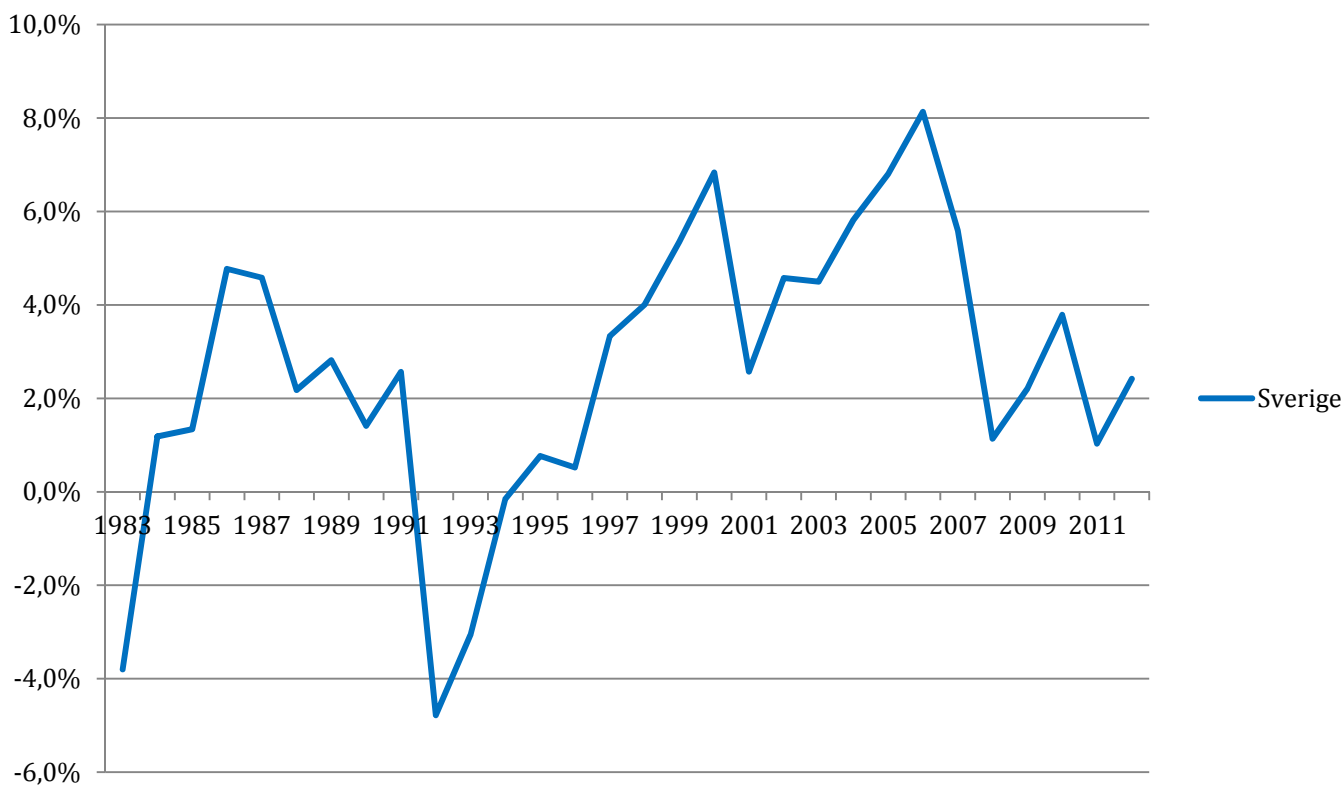
**Figur 15: Danmark - Detailomsætningsindeks (2010=100)**  
Sæsonkorrigeret mængdeindeks



Kilde: Danmarks Statistik

På trods af skift i basisår, databrud og skift i måden hvorpå der sæsonkorrigeres, giver de to ovenstående grafer et meget godt billede af udviklingen i omsætningen i detailhandlen. Generelt set er den danske detailhandel relativt konjunkturfølsom. Omsætningen stiger, når der er højkonjunktur og omvendt.

**Figur 16: Sverige - Omsætning for detailhandlen i alt**  
Årlig realvækst i pct.

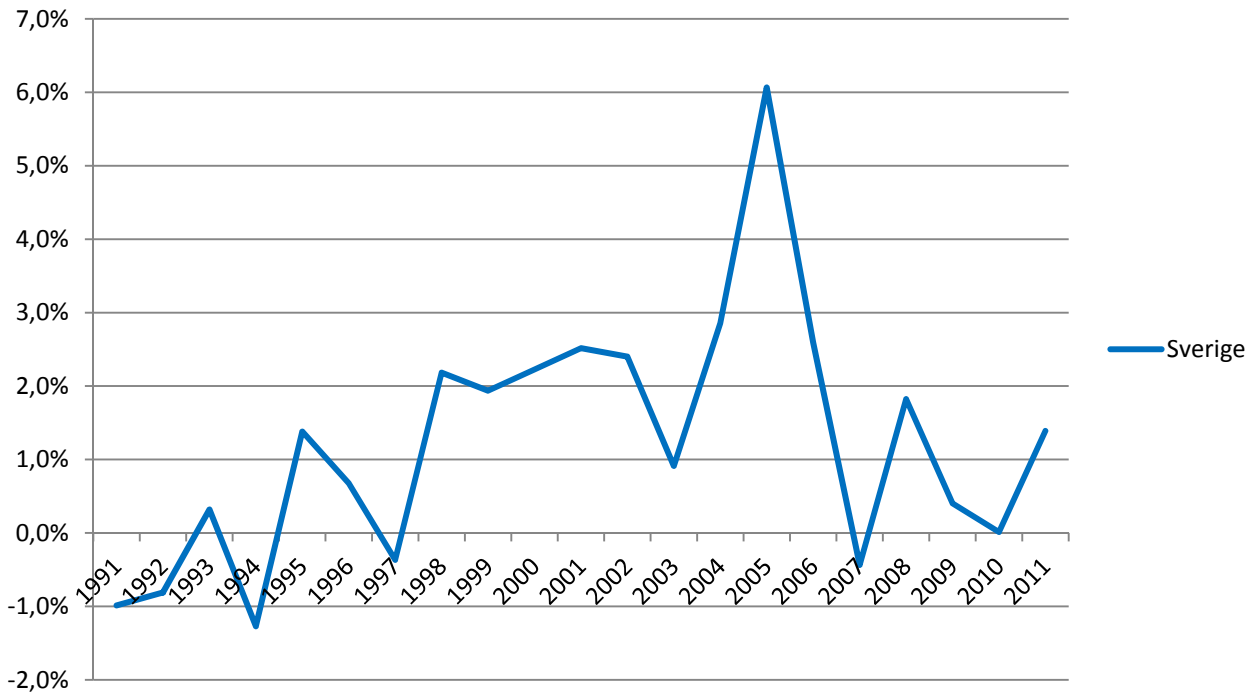


Anm: Salg af medicin og alkoholiske drikkevarer er ikke inkluderet

Kilde: HUI



**Figur 17: Sverige - Omsætning af dagligvarer**  
**Årlig realvækst i pct.**



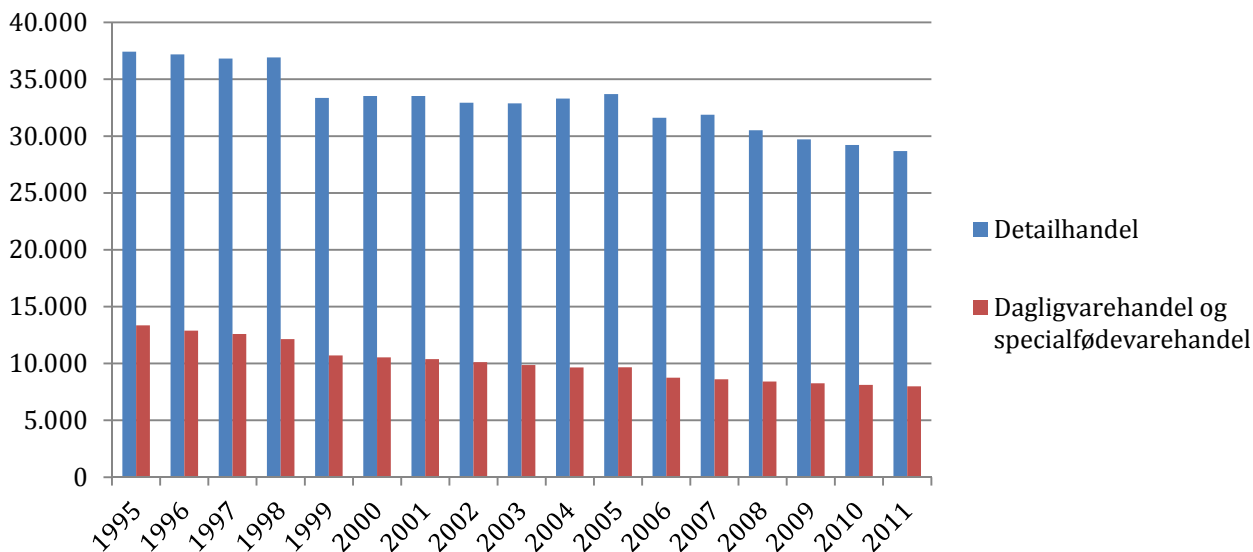
Kilde: HUI

Overordnet set er den svenske detail- og dagligvarehandel, ligesom den danske, også i høj grad påvirket af konjunkturerne.

Her er det også værd at bemærke, at den svenske detailhandel ikke i nær så høj grad som den danske er blevet påvirket af finanskrisen, og altså ikke har oplevet det samme fald i omsætningen.

Dette skyldes selvfølgelig, at Sverige kom hurtigere ud af krisen end Danmark, og derfor har de svenske forbrugere samlet set ikke oplevet den samme nedgang i indkomsten som de danske.

**Figur 18: Danmark – Antal arbejdssteder**  
Absolutte antal

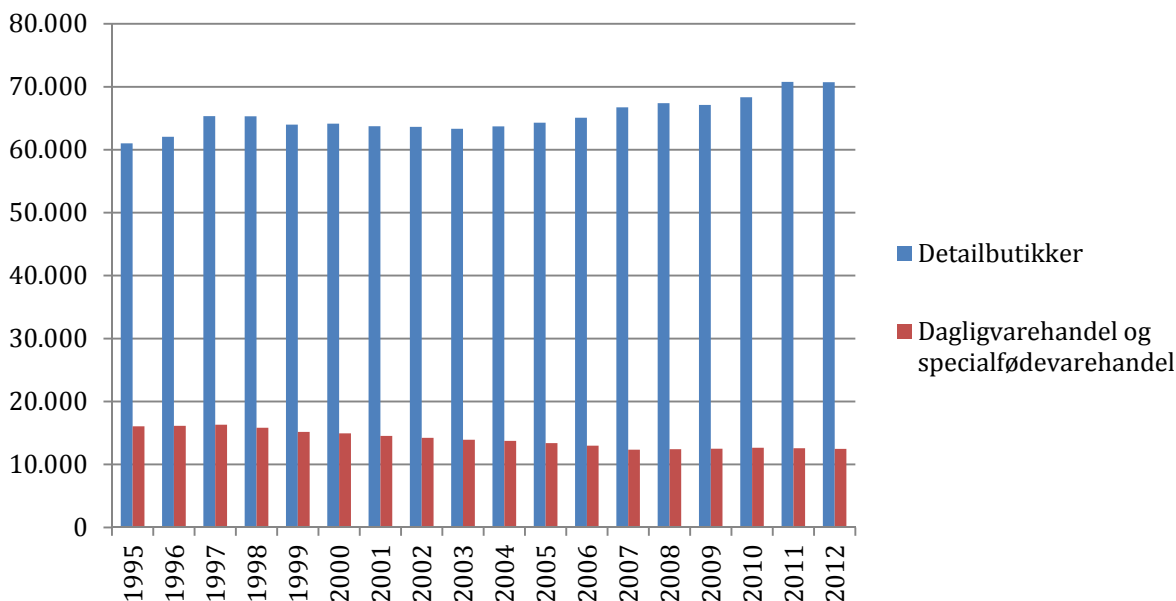


Anm: Bagatelgrænse forhøjet fra og med 1999.

Overgang fra Dansk Branchekode 2003 til Dansk Branchekode 2007 i januar 2008 giver kontinuitetsbrud i 2006, hvor det samlede antal detailbutikker falder fra 34.052 til 31.619.

Kilde: Danmarks Statistik

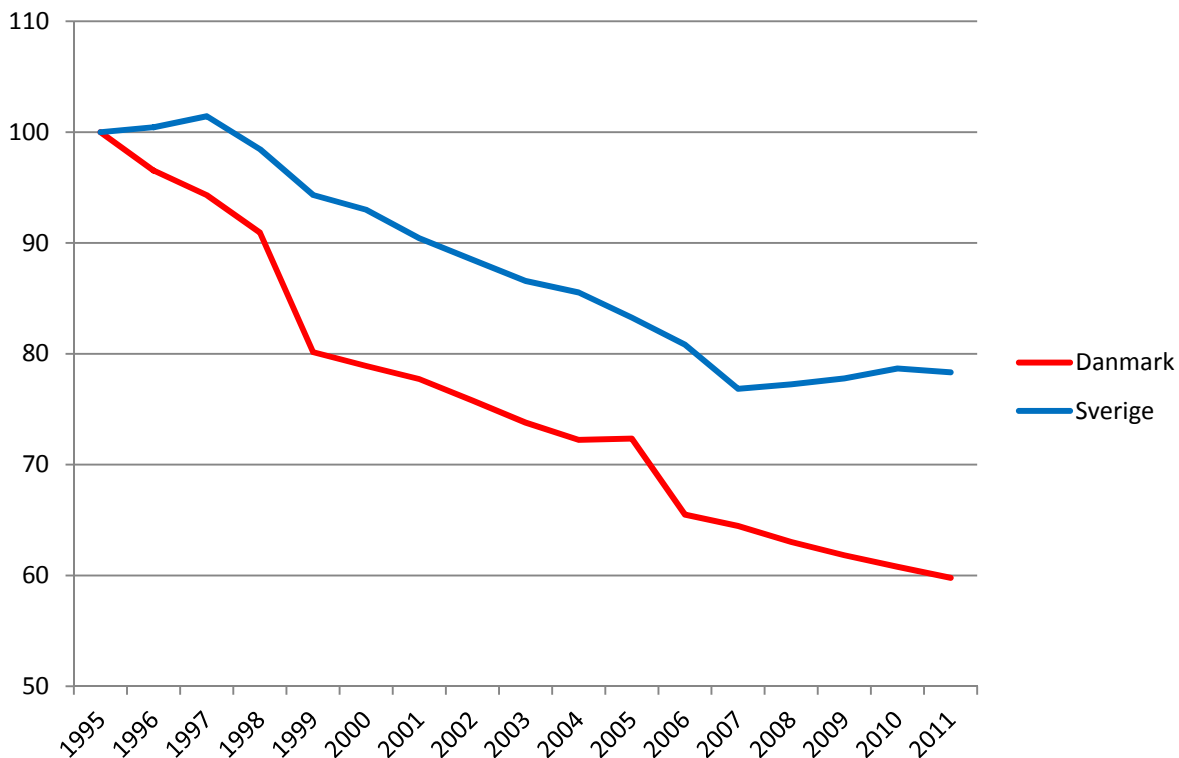
**Figur 19: Sverige – Antal arbejdssteder**  
Absolutte antal



Kilde: HUI



**Figur 20: Udviklingen i antal arbejdssteder inden for dagligvare- og specialfødevarerhandlen  
Indeks (1995=100)**



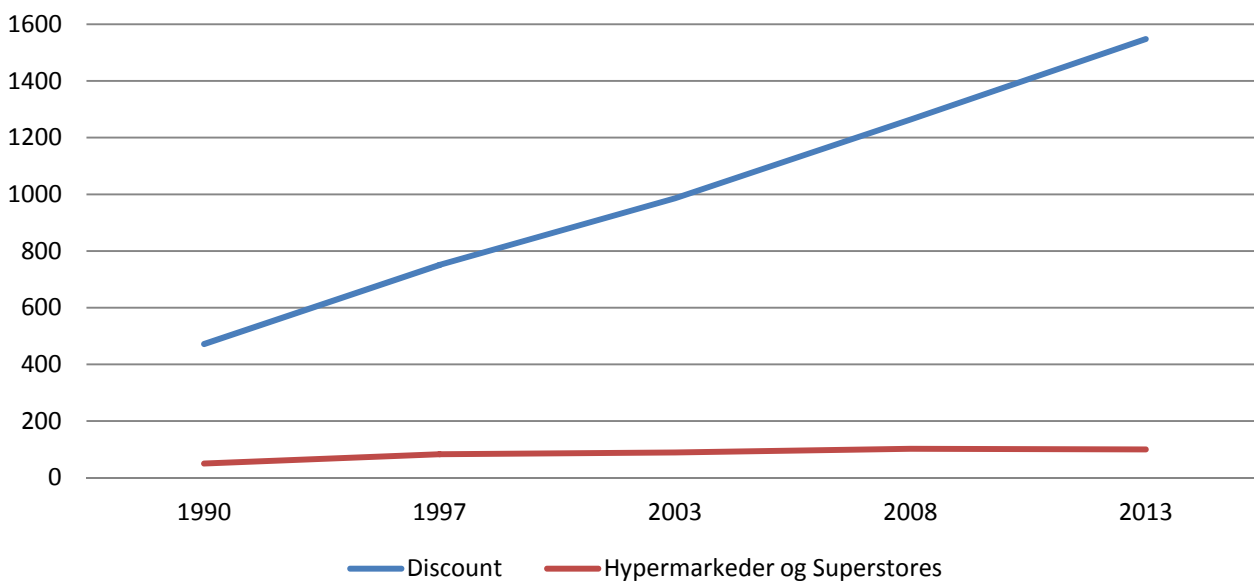
Kilde: HUI og Danmarks Statistik

For både Danmark og Sverige gør det sig gældende over perioden fra 1995 til 2011, at der kommer færre dagligvare- og specialfødevarerhandels butikker. Imidlertid er den faldende tendens kraftigere i Danmark, end den er i Sverige.

Der er ikke nogen sammenhæng med konjunkturerne, men der er derimod tale om en trend.: Der bliver generelt færre butikker inden for netop denne branche. Dette skyldes primært ændringer i butiksstrukturen.

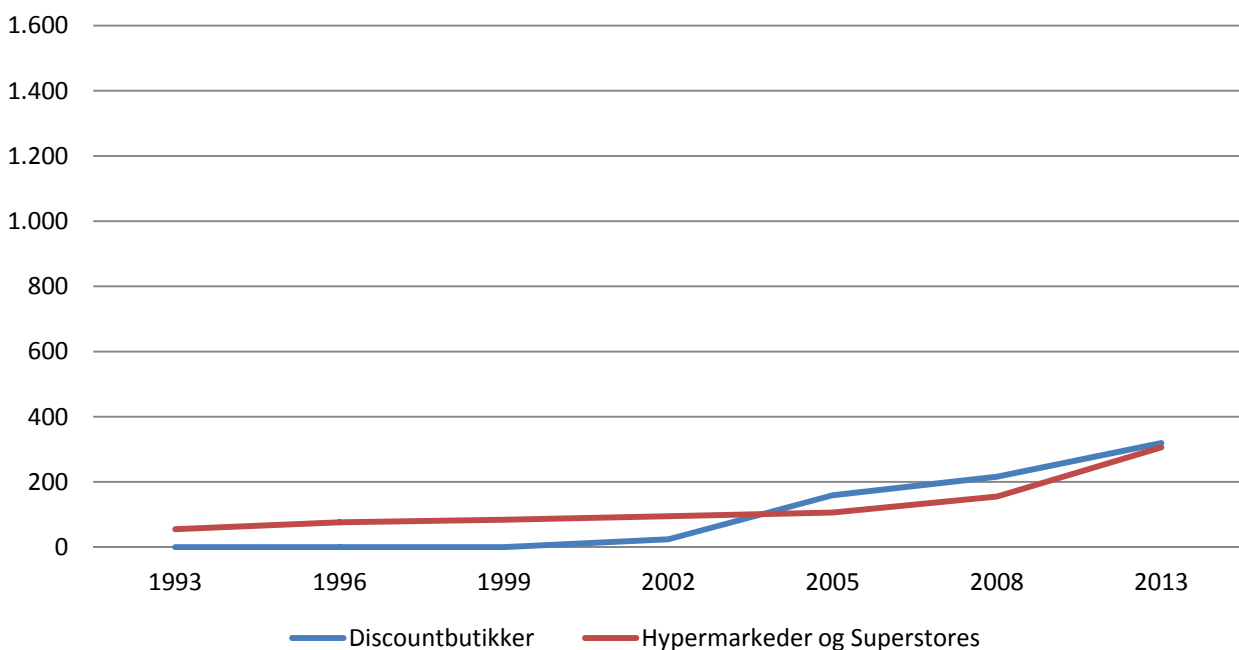


**Figur 21: Udvikling i antallet af discountbutikker og hypermarkeder samt superstores i Danmark**  
**Absolutte tal**



Kilde: Retail Institute Scandinavia

**Figur 22: Udvikling i antallet af discountbutikker og hypermarkeder samt superstores i Sverige**  
**Absolutte antal**



Anm: I 2013 skiftes kilde fra HUI til Delfi

Kilde: HUI (1993 – 2008) og Delfi (2013). Dette indebærer også en forskel i definitioner, idet HUI arbejder med stormarkeder, mens Delfi arbejder med hypermarkeder og superstores.

Udviklingen i Danmark, se figur 21, viser tydeligt, at discountbutikkerne har haft voldsom vækst siden 1990, mens vi i samme periode havde en mere begrænset tilvækst af hypermarkeder og superstores.

Discountbutikkerne har altså restruktureret dagligvarebranchens butiksnet voldsomt, idet planloven ikke har begrænset deres væksttempo afgørende.

Omvendt har planloven naturligvis begrænset væksten af hypermarkeder og (store) superstores i Danmark, men vi har dog i perioden 1990 – 1997 fået 33 flere storbutikker, svarende til en vækst på 66 %.

Udviklingen i Sverige, se figur 22, var i 1990'erne betydeligt mere afdæmpet. Sverige fik – som Danmark - flere storbutikker, men discountbutikker var ikke-eksisterende.

Discountbutikker i Sverige er først kommet til i 00'erne, hvor 2 udenlandske aktører – Lidl og Netto – har etableret sig, men fortsat har en meget beskedne markedsposition.

Sverige har i 00'erne fået betydeligt flere storbutikker etableret af nationale koncerner – ikke udenlandske aktører.

Denne tilvækst kan ikke forklares ved ændringer i den svenske planlov, der har været uændret siden 1990'erne.

Ligeledes kan udviklingen i den svenske butiksstruktur heller ikke forklares ved ændringer i lukkeloven, da den blev ophævet i 1972.

Sammenligningen mellem de 2 lande indikerer:

- at vi i Danmark har haft en meget kraftigere strukturudvikling i 1990'erne, end tilfældet var i Sverige i samme årti.
- at Sverige først har fået en omfattende strukturudvikling i 00'erne, drevet af såvel storbutikker som discountbutikker.
- at vi i Danmark i 00'erne fortsat fik en kraftig strukturudvikling, drevet af discountbutikkerne – det mest produktive butiksformat i dagligvarehandlen.