

## Dagligvarehandlen i de mindre byer og landdistrikter er afhængige af tilbudsaviser

Antallet af dagligvarebutikker er faldende i Danmark. Fra 2010 til 2021 er antallet af dagligvarebutikker på landsplan faldet med 7 pct. Imidlertid er der stor forskel på udviklingen mellem land og by. I byer med over 10.000 indbyggere er antallet af dagligvarebutikker stort set uforandret, mens antallet af butikker er faldet med 11 pct. i byer med mellem 2.000 og 10.000 indbyggere. Værst står det til i byer med under 2.000 indbyggere og i landdistrikter, hvor antallet af butikker er faldet med hele 29 pct.

### Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker fordelt på by-størrelse<sup>1</sup>

	2010	2021	Ændring
Over 10.000 indbyggere	1534	1553	1%
2.000-10.000 indbyggere	786	702	-11%
Under 2.000 indbyggere	786	560	-29%
<b>I alt</b>	<b>3106</b>	<b>2815</b>	<b>-7%</b>

I Danmark bor næsten 670.000 i byer med under 2.000 indbyggere fordelt over lidt mere end 1.000 byer<sup>2</sup>. Dertil kommer, at godt 690.000 personer bor i landdistrikterne. Samlet set udgør dette næsten en fjerdedel af befolkningen.

### Tilbudsaviser flytter kunder og øger konkurrencen

En undersøgelse fra GFK<sup>3</sup> fra april 2022 viser, at tilbud i tilbudsaviserne har *meget stor betydning* for 36 pct. af forbrugerne for, hvor de handler, mens 41 pct. tillægger det *noget betydning*. Tilbudsaviser flytter altså kunder.

Samtidig læser 61 pct. tilbudsaviser for at *spare penge i dagligdagen*, mens 9 pct. bruger tilbudsaviser til at undersøge, om deres *butik har et rimeligt prisniveau*.

Undersøgelsen viser også, at tilbudsaviserne oftere bruges af børnefamilier, af folk med lav indkomst og af prisbevidste kunder. Altså benyttes tilbudsaviserne oftere, når pengene skal strække længere.

---

<sup>1</sup> 10 Års Statistik – Dansk Dagligvarehandel – Retail Institute Scandinavia

<sup>2</sup> GRAKOM-beregninger på baggrund af Danmarks Statistiks byopgørelse: <https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1920>

<sup>3</sup> <https://www.danskerhverv.dk/siteassets/mediafolder/dokumenter/04-politik/analyse-af-effekten-af-tilbudsaviser---gfk.pdf>

Idet tilbudsaviserne flytter kunder, skærper det konkurrencen mellem dagligvarebutikkerne, hvilket er særligt vigtigt, når mange forbrugere er pressede af en høj inflation.

Endeligt viser undersøgelsen også, at butikkerne har et generelt løft i omsætningen de dage, hvor tilbuddene fra tilbudsavisen træder i kraft.

## Ja-tak-ordning

Indførelsen af en Ja Tak-ordning for tilbudsaviser vil betyde, at den halvdel af befolkningen, som i dag modtager tilbudsaviser, skal tilmelde sig Ja tak-ordningen. Det vil alle ikke få gjort. Nogle fordi de ikke er digitalt stærke, andre opdager simpelthen ikke, at ordningen er ændret, og nogle får det bare ikke gjort. Det vil betyde et betydeligt frafald i antallet af modtagere af tilbudsaviser, og dermed gøre det mindre rentabelt at uddele tilbudsaviser.

Eftersom distributionen af tilbudsaviser er dyrest at uddele i de mindre byer og i landdistrikterne, er det her, at tilbudsaviserne først vil forsvinde eller blive markant dyrere at få uddelt.

## De lokale butikker er afhængige af husstandsomdelte tilbudsaviser og lokalaviser

Tilbudsaviserne og lokalaviserne er de primære markedsføringskanaler for den lille købmand og andre lokale handlende. Med en Ja Tak-ordning vil der blive uddelt færre tilbudsaviser, fordi mange ikke får tilmeldt sig ordningen på ny. Det vil gøre distributionen for den enkelte tilbudsavis dyrere, samtidig med at tilbudsaviser når ud til færre kunder. Dermed kommer der færre kunder i butikken, og det bliver dyrere at tiltrække den enkelte kunde.

Med færre tilbudsaviser til at medfinansiere distributionen af lokal- og ugeaviserne, vil distributionen for lokal- og ugeaviserne også blive dyrere. Det vil hæve prisen på annoncering i lokal- og ugeaviser. For nogle af de i forvejen økonomisk pressede lokal- og ugeaviser, vil de øgede distributionsomkostninger medføre, at de ikke kan løbe rundt længere. I en opgørelse til Folketingets Transportudvalg opgør Erhvervsministeriet lokal- og ugeavisernes ekstraregning til distribution til at ligge mellem 350 mio. kr. og 520 mio. kr., hvis distribution af husstandsomdelte tilbudsaviser ophører<sup>4</sup>.

En Ja Tak-ordning vil dermed ramme de små købmænd og andre lokale butikker på deres to primære markedsføringskanaler, hvilket vil gøre det sværere at tiltrække kunder og dermed drive butik.

---

<sup>4</sup> <https://www.ft.dk/samling/20211/almdele/TRU/spm/571/index.htm>

## Det lokale byliv er afhængigt af dagligvarebutikker

Der er synergieffekter mellem dagligvarebutikker og andre butikker, hvor dagligvarebutikker tiltrækker mange daglige kunder til de andre butikker, som ligger tæt på dem. En undersøgelse fra Institut for Centerplanlægning viser, at når den eneste dagligvarebutik fraflytter bymidten, kan det i nogle tilfælde medføre, at nogle butikker bliver nedlagt eller i værste fald betyde, at de fleste af butikkerne forsvinder. Det tilsvarende vil gøre sig gælde, hvis den lokale dagligvarebutik lukker i stedet for at fraflytte bymidten.<sup>5</sup>

## Store konsekvenser for landsbyer, når den sidste dagligvarebutik lukker

Ifølge en undersøgelse fra Dansk Ejendomsmæglerforening og De Samvirkende Købmænd fra 2014 har det store konsekvenser for byer med under 3.000 indbyggere, når den sidste dagligvarebutik lukker.

I undersøgelsen vurderede 49 pct. af de over 200 ejendomsmæglere, som deltog i undersøgelsen, at huspriserne faldt over 10 pct., når den sidste dagligvarebutik lukkede, mens 33 pct. vurderede, at lukningen medfører et prisfald på 5-10 pct.<sup>6</sup> En lokal dagligvarebutik har altså stor betydning for, hvor attraktivt det er at bo i en mindre by.

---

<sup>5</sup> Institut for Centerplanlægning - <https://icp.dk/wp-content/uploads/2017/11/Detailhandelen-og-bymidterne-Udvikling-og-udfordringer-ICP-maj-2017-1.pdf>

<sup>6</sup> Pressemeddelelse fra DSK – De Samvirkende Købmænd - <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/huspriserne-dykker-nar-byens-sidste-dagligvarebutik-lukker?publisherId=90355&releasId=2470209>