

Detaljhandeln är död. Länge leve detaljhandel!

Svenska Dagbladet den 3 juni 2021

Detaljhandel har alltid varit kärnan i stadsmiljön. Faktum är att städernas historia också är detaljhandelns historia. Vi kan se spår av organiserad detaljhandel i städer redan 800 f Kr – grekiska Agora och marknadsplatser likt den i Birka. Men allt sedan den industriella revolutionen har stadens betydelse förändrats dramatiskt. Vi har upplevt en lika snabb som remarkabel koncentration till de större städerna: kluster av människor och ekonomisk verksamhet. Även om våra städer förändrats om och om igen, har en verksamhet förblivit densamma: butikerna.

Covid-19 är inte den första chock som städerna och de fysiska butikerna utsatts för. Under pandemiåret 2020 klarade sig den svenska detaljhandeln betydligt bättre än övriga Europa tack vare en relativt liberal inställning till restriktioner från makthavares och myndigheters sida. Historiskt sett är svensk detaljhandel känd för att vara motståndskraftig. Ett exempel är under finanskrisen 2008 då försäljningsvolymerna minskade i betydande omfattning över hela världen men svensk handel stod pall.

Under pandemin har dock svensk detaljhandel inte kunnat undgå en märkbar nedgång i försäljning. Fysiska butiker har drabbats hårt. I dag är den fysiska detaljhandelns överlevnad ett större bekymmer än någonsin tidigare: är den kanske rent av dödsdömd?

Några av de förändringar vi ser är bara en del av en evolutionär process, som har accelererats under pandemin. Detaljhandeln har upplevt flera strukturella förändringar sedan början av 2000-talet. Stora företag har vuxit snabbare än branschen som helhet och lämnat en allt mindre bit av kakan för små oberoende butiker. Och sedan kom e-handeln.

I en ny prognos betonar Svensk Handel att det förändrade köpbeteendet trappats upp under pandemin och att den digitala omvandlingen i detaljhandeln fått ytterligare fart. Svensk Handel förutspår att e-handel år 2030 kommer att stå för upp till 40 procent av den totala detaljhandeln och så många som 35 000 jobb kan gå förlorade i fysiska butiker. Detta är i högsta grad verkliga kostnader för samhället, så väl som för den enskilde. Till detta ska läggas den inverkan en minskning av fysisk detaljhandel kan få på städernas livskraft, samt på integrationsområdet där handeln utgör en nyckel.

Hur hanterar vi då de utmaningar som ligger framför oss? Pandemin har visat oss att den förändrade efterfrågan gör hybridverksamhet oundviklig. En butik måste vara mer än en butik. Detaljhandeln behöver införliva restauranger, kaféer, nattliv, tjänster och till och med produktion.

Eftersom pandemin förstärkt den redan existerande efterfrågan på tillgång till olika former av natur i städerna finns det också behov av att skapa en självklar interaktion mellan offentlig grön miljö och kommersiella utrymmen. Alla dessa oundvikliga förändringar är väl kända för handeln och andra inblandade. Men för att säkra detaljhandelns fortsatta utveckling måste beslutsfattare och tjänstemän visa både snabbhet och större flexibilitet.

Özge Öner