



**Bornholmske  
Borgerforeningers  
Samvirke**

## Skal kommuneplanens rammer for detailhandel på Bornholm ændres?

Bornholms Regionskommune har modtaget flere henvendelser med ønsker om at placere dagligvarebutikker i en størrelse på 1000 m<sup>2</sup> på arealer, der ikke er udlagt til detailhandel i kommuneplanen. Før kommunalbestyrelsen tager stilling til eventuelle ændringer af kommuneplanen indkaldes hermed ideer og forslag.

Nyker 20.07.2014

### Høringssvar fra Bornholmske Borgerforeningers Samvirke

- efter forudgående høring i alle øens lokalsamfund/medlemsforeninger

De omtalte henvendelser drejer sig om muligheden for nye dagligvarebutikker i Rønne (6 placeringer), Allinge, Aakirkeby og Nexø.

Det er positivt, at der nu er fokus på andet en Rønne, men det er beklageligt, at ansøgerne i vid udstrækning søger at omgå den gældende kommuneplans udlæg af arealer til formålet.

Vi henviser i den forbindelse til *DEBATOPLÆG - Skal kommuneplanens rammer for detailhandel på Bornholm ændres?*, hvor der i afsnittet: "Resume af planlovens hensigt og bestemmelser om planlægning for detailhandel" på fornem vis er redegjort for de intentioner, der må lægges til grund for placeringen af eventuelle nye dagligvareforretninger i en kommune som Bornholm.

Høringssvaret har vi givet i form af en SWOT analyse af Bornholm i et detailhandelsperspektiv.

### Stærke sider

Turismen er en af grundpillerne i den bornholmske økonomi. Turisterne kommer ikke til Bornholm på grund af Rønne men på grund af øens enestående natur og mange seværdigheder. Det underbygges af de mange levende lokalsamfund, der takket være turismen stadig kan mønstre et forbavsende stort udbud af offentlig og privat service. Et forhold som rigtig mange besøgende er positivt overraskede over, da de ikke længere har noget tilsvarende, der hvor de kommer fra - og derfor udnytter.

Satsningerne omkring lokale fødevarer, kunsthåndværk, events og outdoor i de bornholmske lokalsamfund går hånd i hånd med en turismestrategi, der bør have som mål at gøre Bornholm til en destination, der har bevaret træk af en regional kultur og identitet. Det er kvaliteter i en turismesammenhæng, som er helt afgørende for succes i branchen, men som er udfordret i en globaliseret verden.

Vi bør derfor ikke imødekomme ønsker, der fremme en centralisering eller svækker de bymiljøer, man blandt andet er kommet til øen for at opleve.

SWOT analyse



### **Svage sider**

Afvandingen og de demografiske forandringer er øens helt store problem. Det har været forstærket af et fald i antallet af overnatninger inden for øens turisme, der er under pres fra nye destinationer i den globaliserede verden. Et fald der dog synes at være vendt til en beskeden fremgang efter nyhedens interesse omkring de fjerne destinationer måske har fortaget sig og Bornholms kvaliteter har vist sig bæredygtige.

Det samlede billede er dog, at kundeunderlaget for tiden er vigende og at nye detailhandelsbutikker kun kan forventes etableret på bekostning af bestående detailhandelsbutikker, der må lukke.

Konkurrence er sundt, men konkurrence på de store kæders præmisser vil forudsigeligt fremme en udvikling, der billedligt talt skaber amerikanske tilstande præget af en økonomisk udmattelseskrig til modstanderne er gået bort og markedet erobret. Det fremmer centraliseringen og en detailhandel, der i stigende grad kun er tilgængelig for bilister.

Kommunalbestyrelsens valg af politik på detailhandelsområdet kan i den forbindelse vise sig som enten et medspil (med fokus på en decentral struktur og en styrkelse af de eksisterende byers kvaliteter) eller som et modspil (hvis man fremmer centraliseringstendenserne og tillader placeringer uden for de i byerne udlagte detailhandelsområder.

### **Muligheder**

Kommunalbestyrelsen bør i endnu højere grad overveje at samtænke kommuneplan, turismestrategi og diverse udviklingsstrategier ud fra det billede, vi selv og vore gæster gerne vil se samfundet udvikle sig i retning af - eller mere korrekt vil finde glæde ved og ikke skuffelse over at opleve i fremtiden.

I den forbindelse er det måske ikke det mest oplagte at forfølge de tendenser i tiden, vi ser fulgt i andre kommuner og på andre destinationer, men vælger løsninger, der går en anden vej og dermed gør Bornholm til noget særligt og i turismesammenhæng til noget spændende.

Vi har gjort det med held i blandt andet Bright Green Island sammenhæng og i opdyrkningen af en regional identitet på fødevarerområdet og bør også kunne gøre det på en række andre områder. Det er ikke bæredygtigt/lønsomt vil svaret ofte være, men det er set i et mikroøkonomisk perspektiv. Hjulpet på vej af det bornholmske brand, den klare geografiske identitet og den gode historie vil "varen" stige i pris og øen vinde i turismesammenhæng, så regnskabet i et makroøkonomisk perspektiv vil kunne være positivt.

### **Trusler**

Et flertal af vælgerne vil hilse større konkurrence på fødevarermarkedet velkommen. Men konsekvensen vil blive en stigende centralisering af daglig-



vareforsyningen og et stigende antal bysamfund uden en dagligvareforretning, hvilket vi efterfølgende vil beklage.

Problemer forstærkes af den vedvarende afvandring, der har gjort dele af detailhandelen sårbar over for konkurrence fra aktører, der vil ind på markedet og har kapital i ryggen til at vinde fodfæste.

De nye aktører er lavpriskæder, der er kendetegnet ved at have samme sortiment i alle forretninger, for at kunne sikre de billigst mulige tilbud. Det vil mange hilse velkommen men prisen i den overordnede bornholmske strategi er, at der ikke må forventes bornholmske varer på hylderne og at kunderne møder de samme varer som derhjemme. Måske betryggende for nogle men ikke noget, der fremmer opfattelsen af Bornholm som en mere spændende destination.

### **En afsluttende kommentar**

Vi skal ikke kæmpe imod udviklingen, vil de fleste sige. Men politik er netop at præge udviklingen i den retning, man finder mest hensigtsmæssigt ud fra et politisk ståsted og gerne ud fra en helhedsbetragtning.

Fra BBS´ side er vi taknemmelig over, at det planlagte FØTEX varehus ikke blev til noget. De aktuelle henvendelser er ikke nær så skræmmende og afspejler forventninger til en stigende købekraft og mod på en øget konkurrence.

Anbefalingen fra BBS er dog, at de aktuelle politiske beslutninger omkring detailhandelen tages i et bredere perspektiv, der har øje for, hvad der kan styrke en fortsat positiv udvikling i turismen og styrke en fortsat mangfoldighed og kvalitet de bornholmske bysamfund.

Jørgen Hammer

Fmd.

Bornholmske Borgerforeningers Samvirke